

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Pelaku Tataniaga Di Desa Serang

1. Profil Petani Responden

Identitas petani stroberi di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga dilihat dari beberapa aspek diantaranya adalah umur, jumlah tanggungan keluarga, pendidikan, lamanya berusahatani stroberi, dan luas lahan yang ditanami stroberi.

a. Umur Petani Responden

Umur petani responden berkaitan erat dengan kemampuan fisik petani dalam usahatani, dengan melihat umur petani maka dapat menentukan apakah umur petani responden masih masuk dalam komposisi umur produktif atau sudah tidak produktif. Berikut ini adalah keadaan umur petani responden di Desa Serang dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Petani Responden Menurut Umur Desa Serang

No	Umur Petani (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	20 – 25	2	5
2	26 – 30	8	20
3	31 – 35	14	35
4	36 – 40	11	27,5
5	41 – 45	5	12,5
Jumlah		40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Tabel 9. Menjelaskan karakteristik dari petani responden berdasarkan umur petani responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh komposisi umur petani responden masih dalam status

umur produktif, namun jika dilihat dari persentase umur produktif dari petani responden yang menempati posisi pertama berada pada umur 31 – 36 tahun dimana jumlah petani responden sebanyak 14 orang atau 35 %. Kemudian disusul umur petani responden lainnya yaitu umur 36 – 40 sebanyak 11 orang atau 27,5 %, kemudian umur 26 – 30 tahun sebanyak 8 orang atau 20 %, umur 41 – 45 tahun sebanyak 5 orang atau 12,5 %, kemudian 20 – 25 tahun sebanyak 2 orang atau 5 %. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa rata – rata umur petani responden masih dalam umur produktif dan masih dalam umur muda.

b. Pendidikan Petani Responden

Tingkat pendidikan berkaitan dengan pengambilan keputusan dalam menjalankan usahatani stroberi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan roda perekonomian keluarga, semakin tinggi tingkat pendidikan petani responden maka kemampuan dan pola pikirnya akan lebih maju. Berikut ini adalah data tingkat pendidikan petani responden di Desa Serang dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Petani Responden Menurut Tingkat Pendidikan

di Desa Serang			
No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	34	85
2	SMP	5	12,5
3	SMA	1	2,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Tabel 10. Menjelaskan bahwa tingkat pendidikan petani stroberi responden di Desa Serang tergolong sangat rendah dimana pada

pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Atas dari seluruh jumlah petani yang menjadi responden hanya 1 orang atau sebesar 2,5 %, kemudian yang berstatus Sekolah Menengah Atas hanya berjumlah 5 orang atau hanya sebesar 12,5 %, namun pada tingkat pendidikan sekolah dasar dari jumlah seluruh petani responden memiliki jumlah paling banyak yaitu sebanyak 34 orang atau 85 %. Dari data ini dapat disimpulkan pendidikan petani responden tergolong rendah.

c. Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga merupakan jumlah dari beberapa orang dalam satu keluarga yang masih ditanggung oleh satu orang dari segi ekonomi, dalam tanggungan keluarga memiliki jumlah anggota keluarga. Anggota keluarga disini dapat berperan sebagai pembantu atau dapat membantu melancarkan usahatani stroberi dari petani responden. Berikut ini adalah data jumlah tanggungan keluarga petani responden yang dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Karakteristik Petani Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Serang

No	Tanggungan Keluarga	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	2 – 3	32	80
2	4 – 5	7	20
Jumlah		40	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari data tabel 11. Dapat disimpulkan bahwa jumlah tanggungan keluarga dari petani responden di Desa Serang tergolong sedikit pada tanggungan keluarga 2 – 3 dengan jumlah 32 orang atau 80 % namun tanggungan keluarga inilah yang paling banyak mendominasi karena pada jumlah tanggungan 2 – 3 orang umur petani responden rata – rata

masih muda dibawah 35 tahun. Sedangkan jumlah tanggungan 4 – 5 hanya berjumlah 7 orang atau 20 % dari total seluruh petani responden. Dari data ini dapat disimpulkan jumlah tanggungan keluarga petani responden rendah, hal ini dikarenakan umur petani responden yang masih dalam usia muda.

d. Lama Pengalaman Usahatani Stroberi

Pengalaman usahatani yang dimiliki oleh petani responden dapat berpengaruh pada kemampuan manajemen dan mengelola usahatannya agar usaha yang dilakukannya dapat efektif dan efisien. Berikut adalah data lamanya berusahatani stroberi di Desa Serang dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Usahatani Stroberi di Desa Serang

No	Pengalaman Usahatani (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	0 – 3	3	7,5
2	4 – 7	37	92,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari data tabel 12 terlihat bahwa pengalaman usahatani petani responden di Desa Serang untuk berusahatani stroberi didominasi oleh pengalaman usaha 4 – 7 tahun sebanyak 37 orang atau 92,5 %, sedangkan pada pengalaman usahatani 0 – 3 tahun hanya berjumlah 3 orang atau 7,5 %. Hal ini di pengaruhi karena wilayah Dusun Gunung Malang Desa Serang baru mengadopsi usahatani stroberi selama lima tahun terakhir.

e. Luas Lahan Stroberi Petani Responden

Luas lahan yang diusahakan oleh petani responden sangat berpengaruh oleh jumlah produksi yang dihasilkan, semakin luas lahan yang diusahakan semakin tinggi pula jumlah produksi yang dihasilkan dalam satu kali panen. Berikut adalah data luas lahan petani responden di Desa Serang yang dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Luas Lahan Petani Responden di Desa Serang

No	Luas Lahan (m ²)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1.500 – 2.500	33	82,5
2	2.600 – 7.000	7	17,5
Jumlah		40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 13. Dapat dilihat luas lahan yang digunakan untuk berusahatani komoditas buah stroberi oleh petani responden. Dari jumlah luas lahan yang digunakan oleh petani responden paling banyak adalah luasan 1.500 – 2.500 m² dengan jumlah 33 orang atau 82,5 %, kemudian untuk luas lahan 2.600 – 7.000 m² hanya digunakan oleh 7 orang atau 17,5 %. Dalam hal ini seluruh luas lahan yang digunakan petani responden lolos dalam kriteria yang telah dicantumkan dalam menentukan sampel responden menggunakan metode purposive sampling.

2. Profil Pedagang Responden

Dalam penelitian ini pedagang menjadi sampel sebanyak 10 orang terdiri dari pedagang pengepul, pedagang besar, dan pedagang luar daerah. Dalam hal ini pedagang berperan aktif dalam rantai pola saluran tataniaga suatu komoditas pertanian khususnya buah stroberi di Desa Serang. Adapun identitas dari pedagang yang meliputi umur, pendidikan, lama berdagang. Berikut ini adalah profil pedagang stroberi di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga.

a. Umur Pedagang

Umur berkaitan dan berpengaruh dengan produktifitas dalam menjalankan suatu pekerjaan, selain itu umur berpengaruh pada sistem mobilitas dalam menjalankan usaha dagangnya. Berikut ini adalah karakteristik pedagang sampel stroberi di Desa Serang kecamatan Karangeja yang dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik Pedagang Responden Berdasarkan Umur di Desa Serang

No	Umur Pedagang (tahun)	Jumlah(orang)	Presentase (%)
1	25 – 30	1	10
2	31 – 35	2	20
3	36 – 40	2	20
4	41 – 45	1	10
5	45 >	4	40
Jumlah		10	100

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 12. Dapat dilihat bagaimana komposisi umur pedagang sampel yang menjadi bagian dari saluran tataniaga stroberi di Desa Serang. Umur yang paling banyak menempati posisi sebagai pedagang adalah umur 45 > berjumlah 4 orang atau 40 % yang terdiri dari 1 orang pedagang besar, 1 orang pedagang pengecer dan 2 orang pedagang luar daerah, diikuti dengan kategori umur 31 – 35 tahun dengan jumlah 2 orang atau 20 % yang terdiri dari 2 orang pedagang pengepul, 36 – 40 tahun dengan jumlah 2 orang atau 20 % yang terdiri dari 2 orang pedagang pengepul, kategori umur 25 – 30 berjumlah 1 orang atau 10 % yang terdiri dari 1 orang pedagang pengepul, dan 41 – 45 dengan jumlah 1 orang atau 10 % yang terdiri dari 1 orang pedagang pengepul.

b. Pendidikan Pedagang

Tingkat pendidikan yang ditempuh pedagang dapat mempengaruhi kinerja dalam suatu proses tataniaga, pendidikan juga berpengaruh pada sikap pengambilan keputusan dan sikap dalam menghadapi suatu permasalahan yang ada pada kondisi tertentu dalam menjalankan bisnisnya. Berikut ini adalah data karakteristik pedagang stroberi menurut tingkat pendidikan di Desa Serang.

Tabel 15. Karakteristik Pedagang Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Serang

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	SD	2	20
2	SMP	3	30
3	SMA	5	50
	Jumlah	10	100

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 15. Dapat dilihat komposisi tingkat pendidikan pedagang stroberi di Desa Serang. Tingkat pendidikan SD terdapat 2 orang dengan persentase sebesar 20 % yang terdiri dari 2 orang pedagang pengepul, kemudian pada tingkat SMP ada 3 orang dengan persentase sebesar 30 % yang terdiri dari 3 orang pedagang pengepul dan pada tingkat SMA terdapat 5 orang dengan persentase sebesar 50 % yang terdiri dari 1 orang pedagang pengepul, 1 orang pedagang besar, 1 orang pedagang pengecer, dan 2 orang pedagang luar daerah. Pendidikan pedagang yang paling banyak adalah pada tingkat SMA.

c. Lama Berdagang

Lamanya pengalaman berdagang akan berpengaruh pada efektifitas dan efisiensi dalam mengelola usaha bisnisnya, pengalaman berdagang dapat menjadi kunci kekuatan untuk membangun sebuah roda ekonomi, pengalaman berdagang dapat juga mengetahui informasi yang didapatkan kemudian apabila dimanfaatkan akan menjadikan terputusnya salah satu rantai tataniaga yang ada dengan demikian peluang mendapatkan tambahan pundi ekonomi akan terbuka lebar. Berikut ini adalah data karakteristik pedagang berdasarkan pengalaman berdagang di Desa Serang pada komoditas stroberi yang dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Karakteristik Pedagang Responden Menurut Lamanya Berdagang di Desa Serang

No	Lamanya Berdagang (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase(%)
1	4 – 7	8	80
2	8 – 11	2	20
Jumlah		10	100

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari data tabel 16. Dapat dilihat komposisi lamanya berdagang stroberi di Desa Serang. Lamanya berdagang stroberi pada masing – masing pedagang berbeda, paling banyak ditempati pada tahun 4 -7 dengan jumlah 8 orang atau 80 % yang terdiri dari 6 orang pedagang pengepul, 1 orang pedagang ecer dan 1 orang pedagang luar daerah. Kemudian disusul oleh 8 – 11 tahun dengan jumlah 2 orang atau 20% yang terdiri dari 1 orang pedagang besar dan 1 orang pedagang luar daerah.

B. Pola Saluran Tataniaga Stroberi

Saluran tataniaga merupakan serangkaian lembaga – lembaga tataniaga yang mengambil alih hak, atau membantu dalam pengalihan hak komoditi selama komoditi tersebut berpindah dari petani ke konsumen, hal ini bertujuan untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan komoditi dari orang – orang yang membutuhkan.

Tataniaga stroberi di Desa Serang melibatkan beberapa lembaga tataniaga yaitu pedagang pengepul atau pedagang kecil, pedagang besar atau pedagang pengirim, pedagang pengecer. pedagang pengepul terlibat langsung pada aktifitas penukaran hasil produksi dengan sejumlah uang atau dengan kata lain pedagang pengepul membeli langsung hasil panen stroberi di Desa Serang, sedangkan pedagang besar tidak terlibat langsung dalam transaksi dengan petani, pedagang besar membeli hasil produksi stroberi dari pedagang pengepul. Namun peran pedagang besar disini adalah menyalurkan semua hasil produksi stroberi kepada beberapa lembaga seperti pedagang pengecer yang berada di sekitar Desa Serang. Pedagang pengecer menerima atau menjual kembali stroberi dari pedagang besar yang kemudian dijual disekitar area agrowisata lemah asri Desa Serang.

Berdasarkan hasil penelitian pada pola saluran tataniaga komoditas stroberi di Desa Serang, dimulai dari petani sebagai produsen kemudian kepada pedagang atau lembaga – lembaga tataniaga yang akhirnya berhubungan dengan konsumen akhir. Berikut ini adalah tabel penggunaan pola saluran tataniaga stroberi di Desa Serang.

Tabel 17. Penggunaan Pola Saluran Tataniaga Stroberi Di Desa Serang

No	Pola Saluran	Petani Pengguna	Persentase (%)
1	Saluran ke – I	5	12,5
2	Saluran ke – II	8	20
3	Saluran ke – III	12	30
4	Saluran ke – IV	15	37,5
Jumlah		40	100

Sumber : data primer, yang diolah 2017

Tabel 17. Menjelaskan mengenai penggunaan pola saluran tataniaga stroberi di Desa Serang, dimana pada masing – masing pola saluran memiliki persentase yang berbeda, hal ini dipengaruhi oleh jumlah petani yang mengikuti pola saluran yang berbeda sehingga menyebabkan persentase tiap pola saluran tataniaga juga berbeda. Tidak ada petani pengguna yang menggunakan lebih dari satu pola saluran tataniaga, hal itu dikarenakan masing – masing petani sudah memiliki pola saluran yang tetap.

Pola saluran tataniaga stroberi di Desa Serang sangat bervariasi, hal ini karena pemasaran yang cukup luas, dan dua dari empat saluran tataniaga merupakan saluran keluar daerah. Pemilihan saluran tataniaga didasarkan pada beberapa hal diantaranya adalah : harga jual, jarak tempuh dan transportasi, sumber pembelian, dan tujuan penjualan.

Dari hasil penelitian didapati pada tataniaga stroberi di Desa Serang terdapat pedagang besar yang menentukan harga beli perkilonya, kemudian pedagang pengepul menyesuaikan harga pedagang besar dan petani menyesuaikan harga yang telah ditentukan oleh pedagang pengepul. Petani menjual seluruh hasil panen kepada pedagang pengepul dan tidak menjual hasil panen kepada pedagang besar maupun lembaga tataniaga lainnya, sedangkan pedagang pengepul menerima seluruh hasil panen stroberi dari

petani yang kemudian disalurkan seluruh panen stroberi dari petani kepada pedagang besar.

Pada pola tataniaga tersebut terbentuk empat pola tataniaga stroberi yang ada di Desa Serang, yaitu :

a. Saluran tataniaga stroberi di Desa Serang pola ke – I



Gambar 1. Pola saluran tataniaga stroberi ke – I
Sumber : data primer, yang diolah 2017

Gambar 1. Menjelaskan pola saluran tataniaga ke – 1

Gambar 4. Adalah pola saluran tataniaga stroberi ke – I yaitu secara lokal sekitaran Desa Serang yang dijual pada agrowisata lembah asri di Desa Serang. Saluran ini terdiri dari petani menjual hasil panen kepada pedagang pengepul, pedagang pengepul menyetorkan hasil dari petani kepada pedagang besar, pedagang besar memasok hasil panen stroberi kepada pedagang pengecer, dan kemudian sampai kepada konsumen.

Pada pola ke – 1 memiliki pola saluran yang cukup sederhana yaitu petani langsung menjual pada pedagang pengepul dan tidak ada perlakuan *sortasi* atau *grading*. Semua hasil panen dari petani dijual kepada pedagang pengepul langsung ditimbang dan pembayaran menggunakan sistem 5 atau 10 kali setor kemudian dibayarkan kepada petani.

Faktor yang mempengaruhi petani menjual hasil panen kepada pedagang pengepul yang terlibat pada saluran ke – 1, diantaranya yaitu

luas areal lahan yang dimiliki petani, karena semakin luas areal lahan semakin besar pula hasil panen. Faktor lain yang mempengaruhi adalah sistem pembayaran yang luwes dan harga beli stroberi yang dirasa petani sudah menguntungkan.

b. Saluran tataniaga stroberi di Desa Serang pola ke – II

Gambar 5. Pola saluran tataniaga stroberi ke – II



Sumber : data primer, yang diolah 2017

Gambar 5. Adalah pola saluran tataniaga stroberi ke – II pola ini di area wilayah Kabupaten Purbalingga. Lembaga yang berperan dalam pola saluran ini yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer yang ada di pasar Purbalingga, konsumen. Pada saluran ini petani menjual hasil panen langsung kepada pedagang pengepul, kemudian pedagang pengepul menjual kepada pedagang besar, kemudian pedagang pasar Purbalingga membeli stroberi ke pedagang besar dan kemudian menjualnya kepada konsumen.

Pada pola saluran tataniaga ke – 2 petani menjual hasil panennya ke pedagang pengepul, setelah itu pedagang menyalurkannya kepada pedagang besar pada pedagang besar dilakukan perlakuan *sortasi* dan *grading* untuk dijual kepada pedagang, semakin bagus stroberi maka alur penjualannya semakin panjang karena nilai jual stroberi dengan kualitas yang bagus akan tinggi, selanjutnya pedagang besar memasok stroberi ke pedagang pasar Purbalingga dan akhirnya sampai ke Konsumen.

Faktor yang mempengaruhi petani menjual hasil panen kepada pedagang pengepul yang terlibat pada saluran ke – 2, diantaranya yaitu luas areal lahan yang dimiliki petani, karena semakin luas areal lahan semakin besar pula hasil panen. Faktor lain yang mempengaruhi adalah sistem pembayaran yang luwes dan harga beli stroberi yang dirasa petani sudah menguntungkan. Kemudian akses yang mudah menuju tempat pedagang pengepul sehingga petani tidak perlu jauh – jauh untuk menjual hasil panennya.

c. Saluran tataniaga stroberi di Desa Serang pola ke – II

Gambar 6. Pola saluran tataniaga stroberi ke – III



Sumber : data primer, yang diolah 2017

Gambar 6. Merupakan Pola saluran ke – III yaitu saluran tataniaga stroberi di lingkup wilayah Jawa Tengah. Pada pola saluran ke – 3, petani menjual langsung hasil panen kepada pedagang pengepul kemudian pedagang pengepul menyalurkannya kepada pedagang besar, kemudian pedagang besar memasok kebutuhan stroberi kepada pedagang luar I. Pengiriman dilakukan ke kota – kota wilayah Jawa Tengah seperti Purwokerto, Banyumas, Pemasang, Tegal, Brebes, Pekalongan, Batang, Kendal, Semarang.

Pada pola ini petani menjual langsung hasil panen stroberi kepada pedagang pengepul tanpa melakukan perlakuan khusus, kemudian pedagang pengepul menjual hasil panen dari petani kepada pedagang besar tanpa perlakuan khusus, pada saat stroberi berhenti di

pedagang besar melakukan perlakuan yaitu *sortasi* dan *grading* untuk menyeleksi kualitas stroberi yang akan dijual di lingkup Jawa Tengah. Pemilihan ini bertujuan untuk membedakan kualitas stroberi berdasarkan bentuk dan ukurannya dari besar sedang dan kecil, kemudian mendapatkan nilai tambah harga jual. Pengiriman dilakukan menggunakan peti plastik berpori yang diberi alas pada pinggir dan bawah, dikarenakan sifat buah stroberi yang mudah busuk dan rusak. Setelah sampai pada pedagang luar daerah I langsung didistribusikan kepada konsumen.

Faktor yang mempengaruhi petani menjual hasil panen ke pedagang pengepul adalah sama dengan pola tataniaga sebelumnya yaitu sistem pembayaran yang luwes dan harga beli stroberi yang dirasa petani sudah menguntungkan. Kemudian akses yang mudah menuju tempat pedagang pengepul sehingga petani tidak perlu jauh – jauh untuk menjual hasil panennya meskipun harga beli dari pedagang pengepul lebih kecil dibanding dari pedagang besar. Nilai sosial yang terkandung dalam masyarakat yang berprinsip saling membantu sesama dan menghidupi satu sama lain dengan cara gotong royong.

d. Saluran tataniaga stroberi di Desa Serang pola ke – IV

Gambar 7. Pola saluran tataniaga stroberi ke – IV



Sumber : data primer, yang diolah 2017

Gambar 7. Merupakan pola saluran ke – IV yaitu saluran tataniaga stroberi di luar Jawa Tengah dalam Pulau Jawa. Pada saluran

tataniaga stroberi ke – IV petani tetap menjual hasil panen kepada pedagang pengepul, kemudian pedagang pengepul menjual hasil panen stroberi dari petani kepada pedagang besar, selanjutnya pedagang besar mengirim stroberi kepada pedagang luar daerah II.

Pada pola ini pedagang besar juga melakukan *sortasi* dan *grading* untuk dikirim kepada pedagang luar daerah II, pemilihan atau perlakuan stroberi tersebut dikategorikan berdasarkan ukuran besar, sedang, dan kecil yang memiliki harga jual yang bervariasi. Setelah dilakukan pemilihan kemudian pedagang besar mengirim hasil panen stroberi kepada pedagang luar daerah II yaitu daerah di Pulau Jawa lingkup luar Jawa Tengah menuju kota – kota seperti Yogyakarta, Jakarta, Surabaya dan lain – lain dan kemudian pedagang luar daerah tersebut menjualnya kepada konsumen.

Pada pola ini petani menjual langsung hasil panen stroberi kepada pedagang pengepul tanpa melakukan perlakuan khusus, kemudian pedagang pengepul menjual hasil panen dari petani kepada pedagang besar tanpa perlakuan khusus, pada saat stroberi berhenti di pedagang besar melakukan perlakuan yaitu *sortasi* dan *grading* untuk membedakan kualitas stroberi yang akan dijual di lingkup pulau Jawa luar Jawa Tengah. Pemilihan ini bertujuan untuk membedakan kualitas stroberi berdasarkan bentuk dan ukurannya dari besar sedang dan kecil, kemudian mendapatkan nilai tambah harga jual. Pengiriman dilakukan menggunakan peti plastik berpori yang diberi alas pada pinggir dan bawah, dikarenakan sifat buah stroberi yang mudah busuk

dan rusak. Setelah sampai pada pedagang luar daerah II langsung didistribusikan kepada konsumen.

Faktor yang mempengaruhi petani menjual hasil panen ke pedagang pengepul adalah sama dengan pola tataniaga sebelumnya yaitu sistem pembayaran yang luwes dan harga beli stroberi yang dirasa petani sudah menguntungkan. Kemudian akses yang mudah menuju tempat pedagang pengepul sehingga petani tidak perlu jauh – jauh untuk menjual hasil panennya meskipun harga beli dari pedagang pengepul lebih kecil dibanding dari pedagang besar. Nilai sosial yang terkandung dalam masyarakat yang berprinsip saling membantu sesama dan menghidupi satu sama lain dengan cara gotong royong.

C. Pendekatan *Structure, Conduct, Performance*

3. Struktur Pasar Stroberi

Menurut Greer (dalam Sunengcih 2009), struktur pasar didefinisikan sebagai jumlah penjual dan pembeli serta besarnya pangsa pasar (*market share*) yang ditentukan oleh adanya diferensiasi produk, serta dipengaruhi oleh keluar masuknya pendatang atau pesaing.

a. Pangsa Pasar (*market share*)

Pangsa pasar merupakan hal penting dalam aspek pemasaran dikarenakan peningkatan pangsa pasar mengindikasikan adanya peningkatan persaingan bagi perusahaan dalam industri. Pangsa pasar berpengaruh terhadap keuntungan. Besaran pangsa pasar berkisar antara 0 hingga 100 persen total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar yang besar mencirikan kekuatan pasar yang besar. Sebaliknya pangsa

pasar yang kecil dimaknai perusahaan tidak mampu bersaing dalam tekanan persaingan.

Pada struktur pasar yang terjadi di Desa Serang untuk komoditas stroberi diukur dengan pangsa pedagang pengepul khususnya di Desa Serang yang menjadi gambaran dalam sistem struktur ini. Pada pangsa pasar di Desa Serang Kecamatan Karangreja terdapat 6 pedagang pengepul yang menjadi tolak ukur pangsa pasar yang berbeda. Berikut ini adalah besarnya pangsa pasar pada pedagang pengepul tersebut :

Tabel 18. Nilai Persentase Pangsa Pasar Masing- masing Pedagang Pengepul di Desa Serang

No	Nama Pengepul	Pangsa Pasar satu kali petik (Kg)	Persentase (%) Pangsa Pasar
1	Ahmad Musholeh	120	18,75
2	Sarpono	130	20,31
3	Karsono	80	12,5
4	Sudar	200	31,25
5	Warno	50	7,81
6	Slamet Riyadi	60	9,38
	Jumlah	640	100

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 18. Dapat dilihat bahwa kekuatan masing – masing pangsa pasar satu pedagang pengepul dengan lainnya berbeda beda, hal ini dikarenakan terdapat perbedaan jumlah produksi pada masing – masing pedagang pengepul dalam satu kali petik. Dalam hal ini semakin besar daya produksi atau jumlah produksi maka semakin besar pula nilai pangsa pasarnya.

Pangsa pasar (*market share*) yang paling tinggi pada pedagang pengepul di Desa Serang adalah milik Bapak Sudar dengan nilai pangsa pasar sebesar 31,25% dari total seluruh pangsa pasar. Pangsa

pasar yang paling rendah milik Bapak Warno dengan nilai pangsa pasar sebesar 7,81% dari total seluruh pangsa pasar di Desa Serang.

Faktor – faktor yang mempengaruhi besar kecilnya pangsa pasar adalah banyaknya jumlah petani yang menjual hasil panennya kepada pengepul, jumlah produksi stroberi atau jumlah panen stroberi yang mampu dihasilkan petani, jumlah setoran hasil panen stroberi dalam satu kali petik, dan lain – lain.

b. Rasio Konsentrasi

Rasio konsentrasi secara luas dipergunakan untuk mengukur pangsa dari nilai aset dari total industri. Biasanya jumlah perusahaan N yang dihitung proporsi pangsa pasarnya adalah 4, sehingga dikenal sebagai CR4. Dalam hal ini untuk menentukan nilai CR4 berdasarkan nilai output atau jumlah produksi di Desa Serang dipilih dari 4 perusahaan terbesar.

Berikut ini adalah tabel pengelompokan 4 pedagang pengepul terbesar yang ada di Desa Serang. Berikut adalah nilai analisis CR4 di Desa Serang.

Tabel 19. Pengelompokan 4 Pedagang Pengepul Terbesar Untuk Menganalisis Nilai CR4 di Desa Serang

Pedagang Pengepul			
No	Nama	Pangsa Pasar	Persentase
1	Ahmad Musholeh (A)	120	18,75
2	Sarpono (B)	130	20,31
3	Karsono (C)	80	12,5
4	Sudar (D)	200	31,25
Jumlah nilai rasio konsentrasi		530	82,81

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari Tabel 19. Merupakan nilai rasio CR4 dari struktur pasar dan nilai keketatan persaingan pedagang pengepul yang terbentuk, Dari hasil nilai rasio konsentrasi CR4 dari pangsa pasar didapatkan hasil pangsa pasar sebesar 82,81 yang berarti nilai keketatan persaingan yang terjadi pada pangsa pasar pedagang pengepul dari 4 pangsa pasar yang ada menunjukkan bahwa nilai konsentrasi rasio (CR4) antara 60 – 100 % menunjukkan bahwa struktur pasar yang terbentuk adalah oligopoli kuat.

c. Indeks Hirschman – Herrfindahl (HHI)

Pengukuran ini didasarkan pada jumlah total dan distribusi ukuran dari perusahaan – perusahaan dalam industri disini arti dari perusahaan adalah pedagang pengepul di Desa Serang. Untuk mengitung indeks hirschman – hefindahl (HHI) dilakukan dengan cara menjumlahkan kuadrat dari pangsa pasar semua perusahaan dalam industri tersebut. Berikut ini adalah hasil perhitungan dari HHI dapat dilihat di tabel 20.

Tabel 20. Nilai Indeks Hirschman – Herfindahl (HHI)

Pedagang Pengepul				
No	Nama	Pangsa Pasar	Persentase (%)	Persentase ² (%)
1	Ahmad Musholeh (A)	120	18,75	351,562
2	Sarpono (B)	130	20,31	412,496
3	Karsono (C)	80	12,5	156,25
4	Sudar (D)	200	31,25	976,562
5	Warno (E)	50	7,81	60,996
6	Slamet Riyadi (F)	60	9,37	87,984
Jumlah nilai indeks herfindahl		640	100	2.045,85

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Hasil dari perhitungan Indeks herfindahl adalah 2.045,85, menunjukkan bahwa persaingan di pangsa pasar pedagang pengepul bersifat oligopoli dengan range lebih dari 1800. artinya semakin tinggi herfindahl indexnya maka semakin tinggi distribusi ukuran dari perusahaan. Hal ini mengakibatkan sulitnya perusahaan baru atau pengepul baru untuk ikut bersaing dalam kegiatan saluran tataniaga stroberi di Desa Serang.

d. Hambatan Masuk (*Barrier To Entry*)

Hambatan masuk merupakan segala sesuatu yang menyebabkan menurunnya kesempatan masuknya pesaing baru. Salah satu cara yang digunakan untuk melihat hambatan masuk adalah dengan mengukur skala ekonomi yang dilihat melalui output perusahaan yang menguasai pasar. Data ini disebut MES (*Minimum Efficiency Scale*). MES merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan mengukur kemampuan masuknya pendatang baru kedalam suatu industri yang didekati melalui output perusahaan..

Nilai MES didapatkan dari perbandingan antara nilai output perusahaan terbesar dengan output total atau nilai output pedagang pengepul terbesar dengan output total pedagang pengepul di Desa Serang. Berikut ini tabel output pedagang pengepul terbesar di Desa Serang :

Tabel 21. Nilai Output Masing – Masing Pedagang Pengepul Stroberi Di Desa Serang

No	Nama Pedagang Pengepul	Nilai Output pedagang pengepul terbesar Satu Kali Petik (Kg)	Total Nilai Output Seluruh Pengepul	Nilai MES satu pedagang pengepul (%)
1	Sudar	200	640	31,25

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 21. Dapat dilihat daftar nama pedagang pengepul dan jumlah output dari masing – masing komoditas stroberi di Desa Serang, pedagang pengepul yang memiliki output terbesar adalah Bapak Sudar dengan nilai output sebesar 200 Kg / petik. Untuk menentukan nilai MES maka dilakukan perhitungan pembagian antara output pedagang pengepul terbesar dibagi dengan total output seluruh perusahaan dan dikalikan 100 persen.

Dari hasil perhitungan nilai MES pada hambatan masuk untuk komoditas stroberi di Desa Serang adalah sebesar 31,25 %. Berdasarkan teori diketahui bahwa untuk perusahaan /pedagang pengepul baru yang ingin masuk dalam struktur pasar di Desa Serang maka pedagang pengepul baru harus memiliki ukuran MES yang setara dengan yang dimiliki oleh perusahaan/pedagang pengepul terbesar. Menurut Comanor dan Wilson (1967) dalam Alistair (2004), MES yang lebih besar dari 10 persen menggambarkan hambatan masuk pasar tinggi, pada suatu industri pasar.

4. Perilaku Pasar (*conduct*)

Perilaku pasar merupakan tingkah laku lembaga pemasaran dalam struktur pasar tertentu. Struktur pasar dan perilaku pasar akan

menentukan suatu kinerja pasar. Perilaku pasar berhubungan dengan pelaku perusahaan. Perusahaan yang pencari harga merupakan mengharapkan perlakuan berbeda dari jenis-jenis *price taker* dalam suatu industry.

Pada perilaku usahatani stroberi di Desa Serang para pedagang pengepul melakukan beberapa strategi untuk memudahkannya dalam melakukan aktifitas distribusi atau tataniaga komoditas buah stroberi, strategi tersebut diantaranya adalah :

1. Strategi Penentuan Harga

Menurut Umar (2000) Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan mafaat yang didapat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap semua pembeli. Harga yang ditetapkan oleh penjual untuk akan berada pada suatu titik antara harga yang terlalu tinggi maupun terlalu rendah.

Pada aktifitas penentuan harga yang diterapkan oleh pedagang pengepul di Desa Serang terdapat strategi dimana seluruh pedagang pengepul berkumpul dan bersama – sama mengikat perjanjian secara lisan, yaitu strategi penentuan harga yang disepakati bersama dengan nilai beli dari petani yang sama. Artinya nilai beli stroberi dari petani di Desa Serang adalah sama, dikarekan agar tidak terjadi ketimpangan sosial atau perselisihan di antara petani dan pedagang pengepul. Akhirnya di buatlah perjanjian secara lisan oleh para

pedagang pengepul di Desa Serang untuk menetapkan harga beli buah stroberi dalam satu kilonya.

2. Strategi Pembayaran

Pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Pembayaran dilakukan setelah terjadi kesepakatan harga antara petani dan pedagang pengepul, namun pada aktifitas pembayaran yang dilakukan pada komoditas buah stroberi di Desa Serang petani tunduk pada penentuan harga yang ditetapkan oleh pedagang pengepul tidak ada terjadi tawar menawar harga stroberi dalam satu kilonya, dikarenakan nilai beli yang telah ditetapkan oleh pengepul menurut petani stroberi di Desa Serang sudah menguntungkan petani jadi tidak ada lagi tawar menawar.

Strategi pembayaran yang dilakukan pedagang pengepul adalah dengan cara membayar hasil setoran stroberi dalam beberapa waktu panen, masing – masing pedagang pengepul mmenentukan waktu pembayaran yang berbeda – beda namun harga beli masih sama. Sebagian pedagang pengepul ada yang menentukan pembayaran setelah petani melakukan setor hasil panen atau petikan stroberi sebanyak lima kali setoran ada juga pedagang pengepul yang menentukan pembayaran setelah sepuluh kali setoran namun tetap harga beli masih sama.

3. Strategi Distribusi

Distribusi adalah salah satu kegiatan ekonomi, yang meliputi fungsi pertukaran, fungsi penyediaan fisik, dan fungsi penunjang atau fasilitas. Berikut ini beberapa fungsi yang dilakukan pada tataniaga stroberi di Desa Serang.

a. Fungsi pertukaran

Pada aktifitas kegiatan tataniaga stroberi di Desa Serang pedagang pengepul menyetorkan hasil panen stroberi dari petani kepada pedagang besar dengan tempo waktu dua hari sekali. Pada fungsi ini pedagang besar datang langsung untuk mengambil hasil panen stroberi dari petani yang disetorkan kepada pedagang pengepul dan pedagang pengepul menyetorkannya kepada pedagang besar dan kemudian pedagang besar mengambil hasil panen ke pedagang pengepul berada.

b. Fungsi penyediaan fisik

Fungsi penyediaan fisik merupakan pemidahan secara fisik yang meliputi : penyimpanan, pengemasan, dan pengangkutan barang.

Pada fungsi penyediaan fisik pedagang menyimpan hasil panen stroberi selama satu hari sebelum stroberi di ambil oleh pedagang besar, pengemasan yang dilakukan oleh pedagang pengepul menggunakan besek plastik yang telah ditimbang dan ditata sedemikian rupa pada saat berada di pedagang pengepul sebelum disetorkan kepada pedagang besar, pengangkutan

dilakukan oleh pedagang besar rutin setiap dua hari sekali bertempat pedagang pengepul berada dimana pedagang besar menyediakan keranjang plastik berpori dan dialasi dengan eras koran untuk menghindari kerusakan pada buah stroberi.

c. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas adalah fungsi yang membantu melengkapi fungsi pertukaran dengan fungsi penyediaan fisik agar terlaksana dengan baik.

Fungsi fasilitas pada tataniaga stroberi di Desa Serang yaitu pedagang besar memberikan fasilitas berupa menjemput hasil panen stroberi dari petani ke tempat pedagang pengepul berada, namun pedagang besar tidak membebankan biaya transportasi kepada pedagang pengepul. Hal ini dikarenakan untuk meminimalisir waktu yang dibutuhkan oleh pedagang besar untuk menerima hasil panen stroberi dari pedagang pengepul.

Dari strategi dan kegiatan yang menggunakan fungsi tataniaga dalam perilaku (*conduct*) maka dibuatlah rangkuman tabel sebagai berikut :

Tabel 22. Rangkuman Kegiatan Fungsi Tataniaga Pada Seluruh Pola Saluran dari Masing – masing Lembaga Tataniaga di Desa Serang

No	Fungsi Tataniaga	Lembaga Tataniaga					
		P	PPL	PB	PLD	PPC	K
1	Fungsi pertukaran :						
	a. Penjualan	✓	✓	✓	✓	✓	
	b. Pembelian		✓	✓	✓	✓	✓
2	Fungsi pengadaan fisik :						
	a. Pengangkutan			✓	✓	✓	
	b. Penyimpanan		✓	✓	✓		
3	Fungsi pelancar						
	a. Standarisasi/grading			✓			

Sumber : data primer, yang diolah 2017

Keterangan :

P	: Petani
PPL	: Pedagang Pengepul
PB	: Pedagang Besar
PLD	: Pedagang Luar Daerah
PPC	: Pedagang Pengecer
K	: Konsumen

Tabel 22. Menjelaskan bahwa pada masing – masing lembaga tataniaga melakukan fungsi yang berbeda dalam proses tataniaga, pada fungsi pertukaran petani tidak melakukan fungsi pertukaran berupa pembelian karena petani hanya menjual hasil panen stroberi, pada pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang luar daerah dan pedagang pengecer melakukan aktifitas pembelian dan penjualan. Pada fungsi pengadaan fisik pedagang pengepul pedagang besar, pedagang luar daerah melakukan kegiatan penyimpanan, sedangkan pada kegiatan pengangkutan hanya di lakukan oleh pedagang besar, pedagang luar daerah dan pedagang pengecer. Pada fungsi pelancar hanya pedagang pengepul yang melakukan suatu perlakuan pemilihan kualitas atau sortir dengan kategori besar, sedang dan kecil.

5. Kinerja (*performance*)

Merupakan hasil keputusan akhir yang diambil dalam hubungan dengan proses tawar menawar dan persaingan harga. Kinerja pasar dapat digunakan untuk melihat pengaruh struktur dan tingkah laku pasar dalam proses pemasaran komoditi pertanian. Market performance merupakan refleksi atau dampak dari *structure* dan *conduct* pada harga produk, biaya, dan jumlah kualitas dari output (Cramer dan Gail 2001).

Kinerja pasar merupakan gabungan antara struktur pasar dan perilaku pasar yang menunjukkan terjadi interaksi antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar yang tidak selalu linier, tetapi saling mempengaruhi. Adapun elemen kinerja pasar terdiri atas margin pemasaran dan *farmer share*.

a. Margin Tataniaga

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebaran margin tataniaga Stroberi di Desa Serang pada setiap pola saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 23. Sebaran Harga Rata – rata Margin Tataniaga dan Persentase Komoditas Stroberi Pada Pola Saluran Tataniaga Stroberi (Pola ke – 1)

Lembaga Pemasaran dan Unsur Margin	Pola / Saluran 1	
	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
A Petani		
Harga Jual	20.000	66,7
B Pedagang Pengepul		
Harga Pembelian	20.000	66,7
Harga Penjualan	23.000	76,7
Biaya Tataniaga	-	-
Keuntungan	3.000	10
Margin	3.000	10
C Pedagang Besar		
Harga Pembelian	23.000	76,7
Harga Penjualan	26.000	86,7
Biaya Tataniaga	500	1,7
Keuntungan	2.500	8,3
Margin	3.000	10
D Pedagang Pengecer		
Harga Pembelian	26.000	86,7
Harga Penjualan	30.000	100
Biaya Tataniaga	1.000	3,3
Keuntungan	3.000	10
Margin	4.000	13,3
E Konsumen		
Harga Pembelian	30.000	100
Total Biaya Tataniaga	1.500	5
Total Keuntungan	8.500	28,3
Total Margin Tataniaga	10.000	33,3

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Pada tabel 23. Pola saluran tataniaga stroberi yang ke 1, yaitu pola saluran yang terdiri dari petani, pedagang pengepul, pedagang pengecer, dan konsumen. Pola tataniaga stroberi ini di pasarkan pada area agrowisata lembah asri atau dalam kawasan Desa Serang. Terlihat pada total margin pada pola saluran ke – 1 sebesar Rp. 10.000/Kg, total keuntungan Rp. 8.500/Kg dan biaya tataniaga sebesar Rp. 1.500/Kg. Pada pedagang pengepul tidak ada biaya tataniaga yang ditanggung

karena pedagang besar yang langsung mengambil panen stroberi ke pedagang pengepul. Pada pedagang besar biaya tataniaga sebesar Rp. 500/Kg meliputi biaya tenaga kerja Rp. 200 / Kg, biaya bongkar muat sebesar Rp. 100/Kg, biaya transportasi Rp. 100/Kg, dan biaya akomodasi meliputi biaya konsumsi tenaga kerja, dan biaya penyusutan sebesar Rp. 100/Kg. Pada pedagang pengecer biaya tataniaga sebesar 1.000 meliputi biaya tenaga kerja Rp. 400/Kg, biaya transportasi Rp. 150/Kg, biaya pajak Rp. 50/Kg, biaya buka lapak/warung Rp. 200/Kg, biaya lain – lain Rp. 200/Kg.

Pada tingkatan lembaga tataniaga di pedagang pengepul keuntungan cukup besar dan tidak mempunyai resiko dalam kegiatan penjualan stroberi karena pedagang pengepul tidak terbebani biaya tataniaga. Pada pedagang besar keuntungan yang didapat masih dibawah pedagang pengepul dan resiko biaya dalam kegiatan penjualan stroberi yang cukup tinggi. Sedangkan pada pedagang pengecer keuntungan yang diterima sepadan atau sama dengan pedagang pengepul, namun dalam tingkat resiko biaya penjualan stroberi pedagang pengecer yang paling tinggi.

Tabel 24. Sebaran Harga Rata – rata, Margin Tataniaga dan Persentase Komoditas Stroberi Pada Pola Saluran Tataniaga Stroberi (Pola ke – 2)

Lembaga Pemasaran dan Unsur Margin	Pola / Saluran 2	
	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
A Petani		
Harga Jual	20.000	62,5
B Pedagang Pengepul		
Harga Pembelian	20.000	62,5
Harga Penjualan	23.000	71,8
Biaya Tataniaga	-	-
Keuntungan	3.000	9,3
Margin	3.000	9,3
C Pedagang Besar		
Harga Pembelian	23.000	71,8
Harga Penjualan	28.000	81,2
Biaya Tataniaga	500	1,5
Keuntungan	4.500	14,0
Margin	5.000	15,6
D Pedagang Pengecer (Pasar)		
Harga Pembelian	28.000	81,2
Harga Penjualan	32.000	100
Biaya Tataniaga	500	1,5
Keuntungan	3.500	10,9
Margin	4.000	12,5
E Konsumen		
Harga Pembelian	32.000	100
Total Biaya Tataniaga	1.000	3,1
Total Keuntungan	11.000	34,3
Total Margin Tataniaga	12.000	37,5

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 24. Pola saluran tataniaga stroberi saluran ke – 2, yaitu pola saluran yang terdiri dari petani, pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang pengecer (pasar), dan konsumen. Pada pola tataniaga ini stroberi disalurkan hanya didaerah Kabupaten Purbalingga saja dengan tujuan pemasaran pasar di wilayah Kabupaten Purbalingga. Terlihat total margin adalah sebesar Rp. 12.000/Kg, total biaya sebesar Rp. 1.500/Kg, dan total keuntungan sebesar Rp. 11.000.

Pada pedagang pengepul mempunyai keuntungan yang cukup besar dan tidak memiliki resiko penjualan karena pedagang besar yang langsung mengambil ketempat pedagang pengepul. Pada pedagang besar keuntungan yang didapat paling tinggi namun memiliki resiko dalam kegiatan penyaluran tataniaga ke lembaga berikutnya, hal ini dikarenakan besar biaya tataniaga sebesar Rp. 500/Kg meliputi biaya tenaga kerja Rp. 200 / Kg, biaya bongkar muat sebesar Rp. 100/Kg, biaya transportasi Rp. 100/Kg, dan biaya akomodasi meliputi biaya konsumsi tenaga kerja, dan biaya penyusutan sebesar Rp. 100/Kg. Pada pedagang pengecer (pasar) keuntungan yang didapatkan dibawah pedagang besar, dan resiko yang didapatkan dalam kegiatan penyaluran tataniaga cukup tinggi meliputi biaya tenaga kerja Rp. 200/Kg, biaya bongkar muat sebesar Rp. 100/Kg, biaya transportasi Rp. 150/Kg, dan biaya akomodasi meliputi biaya konsumsi tenaga kerja, dan biaya penyusutan sebesar Rp. 50/Kg.

Tabel 25. Sebaran Harga Rata – rata, Margin Tataniaga dan Persentase Komoditas Stroberi Pada Pola Saluran Tataniaga Stroberi (Pola ke – 3)

Lembaga Pemasaran dan Unsur Margin	Pola / Saluran 3	
	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
A Petani		
Harga Jual	20.000	60,6
B Pedagang Pengepul		
Harga Pembelian	20.000	60,6
Harga Penjualan	23.000	69,7
Biaya Tataniaga	-	-
Keuntungan	3.000	9
Margin	3.000	9
C Pedagang Besar		
Harga Pembelian	23.000	69,7
Harga Penjualan	28.000	84,8
Biaya Tataniaga	1.500	4,5
Keuntungan	3.500	10,6
Margin	5.000	15,1
D Pedagang Luar Daerah I		
Harga Pembelian	28.000	84,8
Harga Penjualan	33.000	100
Biaya Tataniaga	2.000	6
Keuntungan	3.000	9
Margin	5.000	15,1
E Konsumen		
Harga Pembelian	33.000	100
Total Biaya Tataniaga	3.500	10,6
Total Keuntungan	9.500	28,8
Total Margin Tataniaga	13.000	39,3

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Pada tabel 25. Pola saluran tataniaga stroberi ke – 3 meliputi petani, pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang luar daerah I, dan konsumen. Pada pola saluran tataniaga ini stroberi disalurkan ke kota – kota di wilayah Jawa Tengah seperti Purwokerto, Banyumas, Pemasang, Tegal, Brebes, Pekalongan, Batang, Kendal, Semarang. Terlihat pada total margin sebesar Rp. 13.000, besarnya total keuntungan Rp. 9.500 dan total biaya tataniaga sebesar Rp. 3.500. Pada pedagang pengepul

mempunyai keuntungan yang cukup besar dan tidak memiliki resiko penjualan karena pedagang besar yang langsung mengambil ketempat pedagang pengepul. Pada pedagang besar keuntungan yang diperoleh Rp. 3.500 lebih besar dari pada pedagang pengepul meskipun biaya tataniaga tinggi, hal ini dikarenakan terdapat perlakuan *sortasi* dan *grading* untuk membedakan kualitas stroberi berdasarkan ukuran dari besar, sedang, dan kecil. Biaya tataniaga yang ditanggung oleh pedagang besar yaitu Rp. 1.500/Kg yang meliputi biaya transportasi Rp. 500/Kg, biaya tenaga kerja Rp. 400, biaya pengemasan Rp. 150/Kg, biaya bongkar muat Rp. 100/Kg, biaya akomodasi konsumsi tenaga kerja Rp. 50/Kg, dan lain – lain Rp. 300. Sedangkan pada pedagang luar daerah I, keuntungan yang didapat sebesar Rp. 3.000 dengan biaya tataniaga sebesar Rp. 2000/Kg yang meliputi biaya tenaga kerja Rp. 700/Kg, pajak kebersihan Rp. 100/Kg, biaya sewa lapak Rp. 500/Kg, biaya penyimpanan Rp. 200/Kg dan biaya lain – lain Rp. 500/Kg.

Pada pola saluran ke – 3 pedagang besar yang mendapatkan keuntungan paling besar dikarenakan memiliki resiko cukup besar seperti busuk, rusak, dan lain – lain, namun mampu memanfaatkan peluang dengan baik dengan cara melakukan *grading* kualitas yang meningkatkan harga nilai jual stroberi sehingga mampu menutupi resiko kerugian yang akan timbul. Pada pedagang stroberi luar daerah I mendapatkan keuntungan yang cukup besar, namun memiliki resiko yang cukup besar pula yaitu pada saat penyimpanan dalam kurun waktu beberapa hari.

Tabel 26. Sebaran Harga Rata – rata, Margin Tataniaga dan Persentase Komoditas Stroberi Pada Pola Saluran Tataniaga Stroberi (Pola ke – 4)

Lembaga Pemasaran dan Unsur Margin	Pola / Saluran 4	
	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
A Petani		
Harga Jual	20.000	55,6
B Pedagang Pengepul		
Harga Pembelian	20.000	55,6
Harga Penjualan	23.000	63,8
Biaya Tataniaga	-	-
Keuntungan	3.000	8,3
Margin	3.000	8,3
C Pedagang Besar		
Harga Pembelian	23.000	63,8
Harga Penjualan	28.000	77,8
Biaya Tataniaga	2.000	5,6
Keuntungan	3.000	8,3
Margin	5.000	13,9
D Pedagang Luar Daerah II		
Harga Pembelian	28.000	77,8
Harga Penjualan	36.000	100
Biaya Tataniaga	2.000	5,6
Keuntungan	6.000	16,7
Margin	8.000	22,2
E Konsumen		
Harga Pembelian	36.000	100
Total Biaya Tataniaga	4.000	11,1
Total Keuntungan	12.000	33,3
Total Margin Tataniaga	16.000	44,4

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Pada tabel 26. Pola saluran tataniaga stroberi ke – 4 yang meliputi petani, pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang luar daerah II, dan konsumen. Pada pola saluran tataniaga ini stroberi disalurkan ke kota – kota di luar wilayah Jawa Tengah namun tetap dalam pulau Jawa seperti Yogyakarta, Jakarta, Surabaya dan lain – lain. Terlihat pada total margin sebesar Rp. 16.000, besarnya total keuntungan Rp. 12.000 dan total biaya tataniaga sebesar Rp. 4.000. Pada pedagang

pengepul mempunyai keuntungan yang cukup besar dan tidak memiliki resiko penjualan karena pedagang besar yang langsung mengambil ketempat pedagang pengepul. Pada pedagang besar keuntungan yang diperoleh Rp. 3.000 sama dengan pedagang pengepul dan juga beban biaya tataniaga tinggi, hal ini dikarenakan terdapat perlakuan *sortasi* dan *grading* untuk membedakan kualitas stroberi berdasarkan ukuran dari besar, sedang, dan kecil. Biaya tataniaga yang ditanggung oleh pedagang besar yaitu Rp. 2.000/Kg yang meliputi biaya transportasi Rp. 500/Kg, biaya tenaga kerja Rp. 400, biaya sortasi Rp.500/Kg biaya pengemasan Rp. 150/Kg, biaya bongkar muat Rp. 100/Kg , biaya akomodasi konsumsi tenaga kerja Rp. 50/Kg, dan lain – lain Rp. 300. Sedangkan pada pedagang luar daerah II, keuntungan yang didapat sebesar Rp. 6.000 dengan biaya tataniaga sebesar Rp. 2000/Kg yang meliputi biaya tenaga kerja Rp. 700/Kg, pajak kebersihan Rp. 100/Kg, biaya sewa lapak Rp. 500/Kg, biaya penyimpanan Rp. 200/Kg dan biaya lain – lain Rp. 500/Kg.

Pada pola saluran ke – 4 pedagang luar daerah yang mendapatkan keuntungan paling besar dikarenakan memiliki resiko cukup besar seperti busuk, rusak, penyimpanan, dan lain – lain, namun mampu memanfaatkan peluang dengan baik dengan cara melakukan strategi penjualan berupa peningkatan nilai jual, untuk mendapatkan keuntungan sehingga mampu menutupi resiko kerugian yang akan timbul.

Berdasarkan tabel diatas sebaran margin tataniaga stroberi pada setiap pola tataniaga yang terbentuk nilai marginnya berbeda – beda. Perbedaan margin tataniaga tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah : a) banyaknya lembaga tataniaga yang berperan dan terlibat dalam setiap saluran tataniaga, mengakibatkan perbedaan panjang – pendeknya saluran tataniaga, b) besarnya biaya tataniaga yang dikeluarkan oleh setiap lembaga tataniaga pada suatu pola tataniaga, c) besarnya keuntungan yang diperoleh setiap lembaga tataniaga yang berbeda – beda, d) besarnya harga pembelian dan penjualan yang ditetapkan oleh masing – masing lembaga tataniaga. Semakin banyak lembaga tataniaga yang terlibat dalam pola saluran tataniaga, semakin besar biaya yang dikeluarkan dan semakin besar keuntungan yang diperoleh suatu lembaga tataniaga maka semakin besar margin tataniaga yang terbentuk. Semakin kecil harga pembelian serta penetapan harga penjualan yang semakin besar maka semakin besar margin tataniaga.

Sebaran margin tataniaga pada setiap lembaga tataniaga menunjukkan hasil yang berbeda – beda. Margin yang terbesar umumnya terdapat pada pedagang besar, hal ini di karenakan pedagang besar memiliki tugas ganda selain melakukan pemilihan kualitas atau *grading* dan *sortir* pedagang besar juga berperan mengambil hasil panen stroberi dari petani di pedagang pengepul yang kemudian dilakukan pemilihan kualitas dan selanjutnya dikirim kepada pedagang – pedagang dalam dan luar daerah. Selain karena peran ganda yang menjadi beban oleh pedagang besar, pedagang besar juga menanggung biaya tataniaga yang

cukup tinggi karena dalam biaya tataniaga tersebut meliputi biaya – biaya yang digunakan untuk menyalurkan stroberi ke lembaga – lembaga tataniaga setelahnya. Pedagang besar umumnya mendapatkan keuntungan yang banyak hal ini juga sejalan dengan resiko yang dihadapi oleh pedagang besar dalam proses tataniaga. Dan selanjutnya untuk lebih jelas mengenai marjin tataniaga dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 27. Rangkuman Nilai Margin Tataniaga Stroberi

No	Saluran Tataniaga	Harga (Rp/Kg)				
		Petani	Konsumen	Biaya	Keuntungan	Margin
1	Saluran I	20.000	30.000	1.500	8.500	10.000
2	Saluran II	20.000	32.000	2.500	9.500	12.000
3	Saluran III	20.000	33.000	3.500	9.500	13.000
4	Saluran IV	20.000	36.000	4.000	12.000	16.000

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 27. Terlihat sebaran harga jual dari petani dan terdapat margin yang terbentuk dari proses tataniaga, pada pola saluran tataniaga ke I besar marjin yang terbentuk adalah Rp. 10.000 perkilogram, pada saluran tataniaga ke II sebesar Rp. 12.000 perkilogram, pada saluran ke III sebesar Rp. 13.000, dan pada saluuran ke IV sebesar Rp. 16.000 perkilogram.

b. Bagian Yang Diterima Petani (*farmer share*)

Bagian yang diterima petani merupakan persentase harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dalam bentuk persentase.

Bagian yang diterima oleh petani merupakan konsep balas jasa atas kegiatan yang dilakukan petani dalam usahatani stroberi. Besarnya *farmer share* dapat dilihat pada setiap pola saluran tataniaga stroberi, sebagai berikut :

Tabel 28. *Farmer Share* Pada Saluran Tataniaga Stroberi

No	Pola Saluran Tataniaga	Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Pedagang Akhir (Rp/Kg)	<i>Farmer Share</i> (%)
1	Saluran ke – 1	20.000	30.000	66,7 %
2	Saluran ke – 2	20.000	32.000	62,5 %
3	Saluran ke – 3	20.000	33.000	60,6 %
4	Saluran ke – 4	20.000	36.000	55,6 %

Sumber : data primer yang diolah 2017

Dari tabel tataniaga stroberi, besarnya bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer share*) berbeda pada setiap pola saluran tataniaganya. Pada pola saluran ke – 1, bagian yang diterima oleh petani sebesar 66,7 %, pada pola saluran ke – 2, bagian yang diterima oleh petani sebesar 62,5 %, pada pola saluran tataniaga ke – 3, bagian yang diterima oleh petani sebesar 60,6 %, dan pada pola saluran tataniaga ke – 4 bagian yang diterima oleh petani sebesar 55,6 %.

Berdasarkan uraian sebaran bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer share*) pada setiap pola saluran tataniaga di Desa serang, dapat diketahui bahwa bagian harga yang diterima oleh petani terbesar berada pada pola saluran tataniaga ke – 1, hal ini karena pendeknya saluran tataniaga stroberi, rendahnya harga jual ditingkat konsumen, dan rendahnya margin tataniaga yang terbentuk. Sedangkan bagian harga yang diterima oleh petani yang paling kecil adalah pada saluran ke – 4, hal ini dikarenakan tingginya nilai jual pada konsumen akhir, besarnya margin yang terbentuk, ada sentuhan salah satu lembaga tataniaga yang sangat mempengaruhi yaitu pada tingkat pedagang besar. Pedagang besar

sangat mempengaruhi nilai jual stroberi dikarenakan pedagang besar melakukan *sortasi* dan *grading* untuk memilih kualitas stroberi.

Perbedaan harga yang diterima oleh petani stroberi (*farmer share*) pada setiap pola saluran tataniaga dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah a) biaya tataniaga ditanggung oleh masing – masing lembaga tataniaga, b) besar kecilnya margin tataniaga yang terbentuk pada pola saluran tataniaga, c) keuntungan yang ditentukan oleh masing – masing lembaga tataniaga dari nilai beli, d) tinggi rendahnya harga di tingkat konsumen atau harga jual pada tingkat lembaga tataniaga tertinggi. Semakin kecil margin tataniaga dan semakin kecilnya harga ditingkat konsumen akhir maka menyebabkan semakin besarnya bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer share*).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan yaitu.

1. Profil pelaku tataniaga dibagi menjadi dua yaitu petani dan pedagang, pada petani memiliki kategori seperti : umur, pendidikan, luas lahan, lamanya berusahatani stroberi, dan jumlah tanggungan keluarga, sedangkan pedagang memiliki kategori seperti : umur, pendidikan dan lamanya berdagang stroberi.
2. Saluran tataniaga stroberi di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga terdapat empat saluran tataniaga.
3. Pendekatan S-C-P ; a) Struktur pasar; 1) nilai pangsa pasar terbesar pada Bapak Sudar; 2) konsentrasi; 2.1) nilai rasio konsentrasi CR4 menunjukkan pasar yang terbentuk adalah oligopoli kuat; 2.2) nilai Indeks herfindahl menunjukkan bahwa pasar bersifat oligopoli; 2.3) nilai hambatan masuk tergolong tinggi oleh karena itu akan sangat sulit untuk pesaing baru masuk dalam struktur pasar tersebut; b) Perilaku pasar; 1) Strategi penentuan harga; 2) strategi pembayaran; 3) Strategi distribusi. c) Kinerja; 1) margin tataniaga margin tataniaga yang paling besar terdapat pada pola saluran ke – 4; 2) *farmer share* nilai yang paling besar pola saluran tataniaga ke – 1.

B. SARAN

1. Pedagang besar sebaiknya tidak hanya melakukan grading / sortir saja melainkan juga menggolongkan harga pada tiap – tiap stroberi yang telah disortir, hal ini dikarenakan dapat mempengaruhi nilai jual dari masing – masing ukuran stroberi serta akan mempengaruhi keuntungan.
2. Petani sebaiknya mencoba menjual langsung hasil panen stroberi kepada pedagang besar tanpa melalui pedagang pengepul, hal ini dikarenakan untuk memperbesar keuntungan yang didapattkann oleh petani.
3. Membentuk kelompok tani stroberi yang bertujuan untuk memperbaiki sistem usahatani maupun pemasaran stroberi demi meningkatkan produktifitas stroberi dan untuk memperbaiki perekonomian petani stroberi.
4. Petani stroberi di Desa Serang sebaiknya bekerjasama dengan lembaga pemerintahan untuk memperbaiki sistem tataniaga stroberi di Desa Serang.