



Keragaan Tataniaga Buncis (*Phaseolus vulgaris* L.) di Kawasan Sentra Produksi Buncis Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur

Dona Wahyuning Laily^{1*}, Dita Atasa¹, Prasmita Dian Wijayanti¹

¹Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jatim, Surabaya, Indonesia

*Korespondensi: dona.wahyuning.agribis@upnjatim.ac.id

Diterima 18 November 2022/ Direvisi 23 Agustus 2022 / Disetujui 30 Agustus 2022

ABSTRAK

Kecamatan Poncokusumo merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Malang yang merupakan kawasan sentra produksi buncis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pola saluran dan fungsi kelembagaan tataniaga buncis pada pasar konvensional, pasar swalayan dan pasar ekspor, (2) Perbedaan tingkat efisiensi tataniaga buncis antara pasar konvensional, pasar swalayan dan pasar ekspor dan (3) Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keuntungan para pelaku tataniaga buncis pada pasar konvensional, pasar swalayan dan pasar ekspor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey pada sentra produksi buncis di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur. Sampel petani diambil dengan menggunakan simple random sampling dan didapatkan ukuran sampel petani pasar konvensional sebanyak 30 orang, pasar swalayan 15 orang dan pasar ekspor 5 orang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik snowball sampling dalam menentukan sampel pelaku tataniaga. Data yang dikumpulkan dianalisis meliputi analisis marjin tataniaga, farmer's share, mark up, indeks efisiensi teknis dan indeks efisiensi ekonomis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa farmer's share paling besar pada saluran pasar konvensional yaitu sebesar 57,18%; Saluran pasar konvensional lebih efisien dibandingkan dengan saluran lainnya dengan indeks efisiensi teknis sebesar 3,87 dan indeks efisiensi ekonomis sebesar 1,83. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keuntungan pelaku tataniaga pada saluran pasar konvensional adalah volume penjualan, harga jual dan modal kerja; sedangkan pada saluran pasar swalayan adalah harga jual dan modal kerja

Kata kunci : Buncis; Efisiensi ekonomi; *Farmer's share*; Indeks efisiensi teknik

ABSTRACT

Poncokusumo District is the bean-producing centre in Malang Regency. The research conducted in the area aimed to determine the marketing channel and institutional functions of the bean trading system in the conventional market, supermarket, and export market. Other research objectives are to examine the difference in the efficiency level of the bean trading system between the conventional market, supermarket, and export market and determine the factors influencing the level of profit of the bean trading actors in the conventional market, supermarket, and export markets. The research employed a survey method, in which the sample of farmers was taken using simple random sampling. The sample size of conventional markets, supermarkets, and export markets, subsequently as many as 30, 15, and 5 people. The approaching method was the snowball sampling technique. The data collected were analyzed including the analysis of trading margin, farmer's share, mark up, technical efficiency index and economic

efficiency index. The result showed that the largest farmer's share in conventional market channels was 57.18%; while the conventional market channel was more efficient than other channels with a technical efficiency index of 3.87 and an economic efficiency index of 1.83. Factors affecting the level of profit of traders in conventional market channels were sales volume, selling price and working capital; while in the supermarket channel were the selling price and working capital.

Keywords: Beans; Economic efficiency; Farmer's share; Technical efficiency index.

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor pertanian saat ini mengalami perubahan yang mendasar baik dari segi usahatani maupun dari segi agribisnisnya. Orientasi tersebut bukan lagi menitikberatkan pada peningkatan produksi semata, tetapi juga ke arah peningkatan pendapatan masyarakat dan tingkat kehidupan dari petani, perluasan lapangan pekerjaan dan usaha, serta mengisi dan perluasan pasar domestik dan internasional (Beierlein, 2014). Dalam hal ini, pembangunan pertanian yang ingin diwujudkan adalah pertanian yang maju, efisien dan sekaligus kuat dan mampu meningkatkan banyak hasil, mutu dan derajat pengolahan produk serta menunjang pembangunan wilayah. Untuk mencapai sasaran tersebut, diperlukan adanya kerangka dasar yang pengoperasiannya diletakkan pada tumbuh dan terbinanya suatu sistem usaha pertanian yang lebih dikenal dengan sistem agribisnis (Pay & Nubatonis, 2017).

Kebijakan strategi pembangunan pertanian yang selaras dengan sistem agribisnis adalah upaya terstruktur yang berpengalaman dalam meningkatkan banyak tujuan, antara lain (1) meningkatkan daya saing dalam sektor pertanian, (2) diciptakan system perekonomian yang lebih kokoh, efisien, dan fleksibel, (3) mendapatkan nilai tambah, (4) peningkatan dalam penerimaan devisa negara, (5) penciptaan lapangan kerja, dan (6)

memberikan kesejahteraan pendapatan masyarakat (Mainnah & Balkis, 2019).

Menurut (Salem & Nubatonis, 2016) menyatakan bahwa sistem agribisnis sebagai wawasan utama penggerak pembangunan pertanian, di sektor pertanian khususnya sub-sektor tanaman pangan diharapkan akan dapat meningkatkan sisi peranan positif dalam pembangunan Propinsi Jawa Timur, dalam pertumbuhan, pemerataan dan stabilisasi nasional. Menurut (Sasi & Nubatonis, 2017) diperlukan kehandalan dalam pengembangan sistem agribisnis agar tanaman pangan dapat berkembang dengan baik dari segi pemasaran sehingga akan dapat meningkatkan kesejahteraan dari petani itu sendiri, baik untuk saat ini maupun yang akan datang.

Buncis (*Phaseolus vulgaris L.*) merupakan salah satu jenis sayuran yang dinilai memiliki keunggulan kompetitif tertentu sehingga secara konsisten mampu menembus berbagai segmen pasar yang ada, baik pasar konvensional maupun pasar swalayan dan tetap eksis sekalipun di tengah kondisi ekonomi negara yang dinilai kurang kondusif untuk saat ini (Rihana, 2013).

Sesuai dengan rekomendasi dari Food and Agricultural Organization (FAO) bahwa buncis dapat dikembangkan sebagai konsumsi sayuran konsumsi 75 kg/kapita/tahun. Saat ini konsumsi buncis di Indonesia meningkat sebesar 297.960 ton/tahun

seiring dengan pertumbuhan penduduk setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura, 2019).

Buncis (*Phaseolus vulgaris L.*) merupakan jenis sayuran yang dinilai serta memiliki keunggulan kompetitif tertentu sehingga secara konsisten mampu menembus berbagai segmen

pasar yang ada, baik pasar konvensional, pasar swalayan maupun pasar ekspor dan tetap eksis sekalipun di tengah kondisi ekonomi negara yang dinilai kurang kondusif. Perkembangan luas tanam, luas panen, produktivitas dan produksi buncis di Jawa Timur selama kurang lebih 10 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Luas Tanam, Luas Panen, Produktivitas dan Produksi Buncis di Jawa Timur

No	Tahun	Luas Tanam (ha)	Luas Panen (ha)	Produktivitas (ton/ha)	Produksi (ton)
1	2010	-	7.224	44,211	26.704
2	2011	2.295	6.687	14,75	33.852
3	2012	2.450	2.450	11,06	27.086
4	2013	2.123	2.123	14,22	30.188
5	2014	2.208	2.206	13,8	30.470
6	2015	2.028	7.881	14,07	28.542
7	2016	1.983	1.983	13,15	25.076
8	2017	1.743	2.415	10,75	89.757
9	2018	2.415	2.415	121,41	25.965
10	2019	-	1.916	12,37	23.073

Sumber : (Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura, 2019).

Tabel 1 menunjukkan bahwa selama dekade terakhir ini jumlah produksi buncis di Jawa Timur dan dalam taraf peningkatan yang sangat tajam dari 33.852 ton pada tahun 2011 menjadi 89.757 ton pada tahun 2017. Hal yang sangat menggembirakan adalah bahwa peningkatan produksi tersebut mutlak disebabkan oleh peningkatan produktivitas, yaitu dari 44,221 kwintal per hektar pada tahun 2010 menjadi 121,41 kwintal/ ha tahun 2018, sementara luas tanam atau luas panen selama dekade tersebut relatif tidak mengalami perkembangan yang berarti. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi intensifikasi pada aspek budidaya (*on farm*) komoditas buncis telah dilaksanakan secara agresif oleh kelompok “petani progresif” yang mampu mengakses pasar alternatif, khususnya pasar ekspor. Bukti lain

yang mendukung pernyataan tersebut adalah angka produktivitas tertinggi yaitu sebesar 121,41 kwintal per hektar dan jumlah produksi terbesar yaitu 89,757 ton ternyata dicapai pada tahun 2018 dimana pada saat itu aktivitas ekspor komoditi berbasis pertanian mendapat respon positif tertinggi dari para produsen local (Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura, 2019).

Saat ini harga buncis di pasaran cenderung mengalami peningkatan di tingkat produsen (petani) dalam jangka enam tahun kebelakang. Hal tersebut berpengaruh bahwa relative tingginya fluktuasi harga pada komoditi buncis merupakan faktor resiko yang harus dihadapi oleh setiap pelaku pemasaran. Namun dalam kenyataannya menunjukkan bahwa aksesibilitas mereka terhadap informasi pasar sangat

rendah sehingga implikasi fluktuasi harga akan mengakibatkan terjadinya kerugian semua pihak yang terlibat dalam tataniaga komoditi yang bersangkutan. Stabilitas harga menjadi salah satu aspek yang penting dalam menetapkan kelayakan usaha dari komoditas buncis ini (Kabeto, 2017).

Menurut (Islami & Tridakusumah, 2020) petani sebagai produsen buncis memerlukan adanya suatu lembaga pemasaran yang dapat memasarkan produknya, memberikan informasi perkembangan harga buncis di tingkat konsumen serta memberikan imbalan yang layak terhadap usahatani yang dilakukannya. Saat ini lembaga pemasaran merupakan perantara antara produsen dengan konsumen memerlukan produk yang diproduksi secara kontinu dan sesuai untuk dipasarkan baik dalam kualitas maupun kuantitasnya. Dengan demikian diharapkan adanya jalinan kerjasama yang baik dan saling menguntungkan antara produsen dengan lembaga pemasaran (Pay & Nubatonis, 2017).

Petani sebagai produsen buncis memerlukan adanya suatu lembaga pemasaran yang dapat memasarkan produknya, memberikan informasi perkembangan harga buncis di tingkat konsumen serta memberikan imbalan yang layak terhadap usahatani yang dilakukannya. Sementara itu lembaga pemasaran yang merupakan perantara antara produsen dengan konsumen memerlukan produk yang diproduksi secara kontinu dan sesuai untuk dipasarkan baik dalam kualitas maupun kuantitasnya. Dengan demikian diharapkan adanya jalinan kerjasama yang baik dan saling menguntungkan antara produsen dengan lembaga pemasaran (Zhang, Ju, & Zhan, 2019).

Terdapat tiga saluran pemasaran di kawasan sentra produksi buncis Poncokusumo Kabupaten Malang, yaitu saluran pasar konvensional, pasar swalayan dan pasar ekspor. Saluran pasar konvensional adalah saluran pemasaran yang mana lembaga pemasaran terakhir adalah pedagang pengecer di pasar konvensional, saluran pasar swalayan adalah saluran pemasaran dimana lembaga pemasaran terakhir adalah pasar modern, sedangkan saluran pasar ekspor adalah salah satu dari saluran pemasaran yang mana lembaga pemasaran terakhir adalah eksportir yang menjual buncis ke pasar luar negeri. Dan buncis merupakan sayuran merupakan bahan baku penting yang mendukung ketahanan pangan nasional. Bahan baku ini serbaguna dan berfungsi sebagai sumber karbohidrat, protein nabati, vitamin, dan mineral yang bernilai ekonomi tinggi (Adusumilli, Wang, & Deliberto, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut maka pola saluran dan fungsi kelembagaan serta tingkat efisiensi pemasaran dari pola saluran pemasaran yang ada di kawasan sentra produksi buncis di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sangat efektif untuk dapat meningkatkan pendapatan dari masyarakat. Rumusan masalah dapat diidentifikasi dengan bagaimana pola saluran dan fungsi kelembagaan tataniaga buncis pada pasar konvensional, pasar swalayan dan pasar ekspor serta bagaimana perbedaan tingkat efisiensi tataniaga buncis antara pasar konvensional dan pasar swalayan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola saluran dan fungsi kelembagaan tataniaga buncis pada pasar konvensional dan pasar swalayan serta untuk mengetahui

perbedaan tingkat efisiensi tataniaga buncis antara pasar konvensional, pasar swalayan dan pasar ekspor.

BAHAN DAN METODE

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey. Menurut (Moehar, 2002) penelitian ini merupakan salah satu jenis penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat utama dalam mengumpulkan data pokok. Kajian penelitian ini bertujuan untuk (1) penjajagan (*eksploratif*), (2) penggambaran (*deskriptif*), (3) penjelasan (*explanatory* atau *conformity*), hal ini bersifat pejelasan mengenai hubungan kausal dan pengujian hipotesis, (4) evaluasi, (5) prediksi atau meramalkan kejadian tertentu di masa yang akan datang, (6) penelitian operasional, dan (7) pengembangan indikator-indikator sosial.

Adapun penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dengan harapan untuk memberikan gambaran mengenai pola saluran dan fungsi kelembagaan tataniaga buncis pada pasar konvensional, pasar swalayan dan pasar ekspor; juga perbedaan tingkat efisiensi tataniaga buncis pada ketiga pasar tersebut. Oleh karena itu digunakan metode penelitian survai deskriptif.

Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk menjelaskan tentang berbagai faktor yang berpengaruh di tingkat keuntungan (*profit*) pada pelaku tataniaga pada kedua pasar tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian survai eksplanatori, dimana ciri khas dari metode ini adalah

menuntut adanya kejelasan mengenai (1) operasionalisasi variabel, (2) rencana sampling, dan (3) rencana analisis dan uji hipotesis.

Teknik Penarikan Sampel

Penelitian dilakukan di sentra produksi buncis di 3 desa sebagai kawasan sentra komoditas buncis yaitu Desa Wonomulyo, Desa Dawuhan dan Desa Poncokusumo, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang. Pemilihan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan mempertimbangkan bahwa di daerah tersebut adalah daerah pemasaran pasar konvensional dan pasar swalayan. Selain itu, sentra produksi Poncokusumo merupakan sentra produksi buncis dengan harga rata-rata borongan bulanan di tingkat petani lebih besar dibandingkan dengan sentra produksi buncis lainnya, yaitu sentra produksi Karangploso dan sentra produksi Pujon Kabupaten Malang.

Berdasarkan lokasi penelitian yang dipilih secara sengaja yaitu sentra produksi Poncokusumo Kabupaten Malang, maka dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) pasar-pasar yang terkait dengan kawasan sentra produksi Poncokusumo sebagai berikut:

1. *Pasar Konvensional*

Pasar konvensional dipilih secara sengaja yaitu pasar di Desa Wonomulyo. Karena di desa ini adalah klaster satu dan merupakan pusat perdagangan hortikultura, pusat konsentrasi pengolahan dan kegiatan agroindustry serta pusat berbagai kegiatan tersier agribisnis. Sehingga pasar induk di Desa Wonomulyo merupakan kota tani (agropolitan). Pasar induk ini juga yang paling banyak menyerap produk dari sentra produksi buncis Poncokusumo. Selain itu

kerjasama pemasaran antara sentra produksi Poncokusumo dengan pasar tersebut di atas telah dilaksanakan secara kontinu.

2. Pasar Swalayan

Pasar swalayan dipilih secara sengaja yaitu swalayan Carrefour, Superindo Tlogomas, Istana Sayur Tlogomas, Swalayan Lai Lai Semeru, Hypermart Malang dengan pertimbangan pasar swalayan yang paling bnyak menyerap produk dari sentra buncis Poncokusumo dan telah dilakukan secara continue.

Berdasarkan amsing-masing pasar tersebut di atas, maka di ambil sampel petani untuk masinh-masing pasar tersebut dengan sampel dengan menggunakan formulasi sebagai berikut (Kotler, 2009):

$$n = \frac{N \delta^2}{(N - 1) \frac{\bar{B}^2}{4} + \delta^2}$$

$$B = \sqrt{\frac{S^2}{n} \frac{(N - n)}{N}}$$

$$\delta^2 = \frac{(N - 1)}{N} S^2$$

Keterangan:

- n = Sampel
- N = Populasi
- δ^2 = Variance populasi
- B = Bound of error

Melalui survey pendahuluan dengan mengambil sejumlah sampel dari petani untuk amsing-masing pasar, maka didapatkan jumlah sampel sebagai berikut:

Pasar Konvensional = 30 orang dari populasi 1000 orang

Pasar Swalayan = 15 Orang dari populasi 150 orang

Pasar Ekspor = 5 orang dari populasi 15 orang

Pengambilan sampel petani untuk masing-masing pasar diambil dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Hal ini dikarenakan karena populasi sentra buncis di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang aktif dalam melakukan kegiatan pemasaran. Sehingga produsen akan mendapatkan pendapatan yang maksimal dari konsumen. Pendekatan penelitian tersebut di tunjang dengan penggunaan teknik *snowball sampling*. Pelaksanaan teknik ini adalah dengan melakukan survey pada seseorang yang teridentifikasi sebagai anggota kelompok yang diwawancarai, dan berdasarkan informasi dari seseorang tersebut dapat diketahui sampel penelitian lainnya yang disesuaikan dengan identifikasi masalah penelitian (Limbong, 1987). Jadi penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan survey pada petani sampel yang sudah ditentukan di atas, dan berdasarkan informasi dari petani sampel tersebut dapat diidentifikasi pelaku pemasaran yang terlibat mulai dari produsen sampai konsumen akhir pada masing-masing pasar.

Rancangan Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis saluran tataniaga dan fungsi kelembagaan tataniaga (secara deskriptif), *Margin tataniaga*, *Farmer's share*, *Mark Up*, Indeks efisiensi teknis (T) dan Indeks efisiensi ekonomis (E) (Creswell, 1994).

Analisis *Farmer's share* adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. *Farmer's share* ini merupakan perbandingan harga di tingkat petani (harga jual) dengan harga

di tingkat konsumen (harga eceran) yang dinyatakan dalam persentase (Sevilla, 2007). Secara matematis persamaannya adalah sebagai berikut:

$$FS = \frac{HJ}{He} \times 100\%$$

Dimana :
 FS = Bagian harga yang diterima petani (Farmer's share)
 HJ = Harga jual (harga di tingkat petani)
 HE = Harga eceran (harga di tingkat konsumen)

Analisis margin tataniaga digunakan untuk mengetahui komponen-komponen penyusunan margin yaitu biaya tataniaga dan keuntungan tataniaga, sehingga dapat dirinci biaya tertinggi sampai biaya terendah yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga tataniaga. Margin tataniaga secara matematis bentuk persamaannya menurut (Sevilla, 2007) adalah sebagai berikut:

$$Mi = Ci + Ai$$

Dimana :
 Mi = Margin tataniaga pada lembaga ke-i
 Ci = Biaya tataniaga yang dikeluarkan lembaga ke-i
 Ai = Keuntungan tataniaga yang Diperoleh lembaga-lembaga ke-i

Total margin tataniaga secara matematis bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

$$M = \sum_{i=1}^n M_i$$

Dimana :
 M = Margin

Mi = Margin tataniaga pada lembaga ke-i
 i = 1,2,3,.....n

Beierlein, (2014) mengemukakan bahwa makin kecil margin tataniaga suatu barang maka cenderung semakin efisien tataniaga barang tersebut. Prosentase margin atau Mark Up menurut (Kotler, 2009) adalah sebagai berikut :

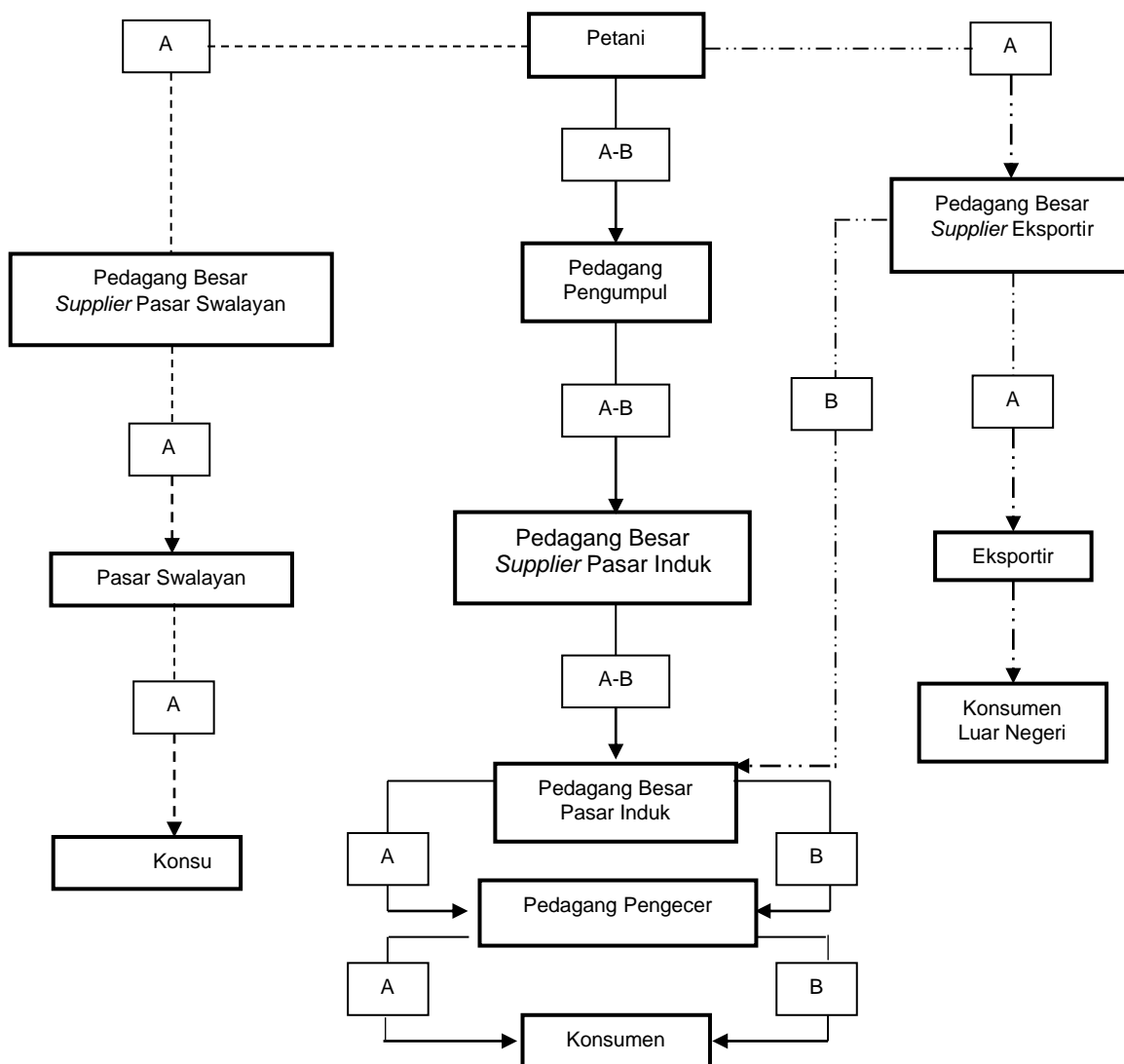
$$MarkUp = \frac{M}{He} \times 100\%$$

Dimana M = Margin tataniaga
 He = Harga eceran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Tataniaga Buncis

Tataniaga buncis di kawasan sentra produksi Poncokusumo Kabupaten Malang mempunyai dua macam saluran yang dapat diilustrasikan sebagaimana terlihat pada Gambar 1. Gambar 1 menunjukkan adanya tiga macam saluran tataniaga buncis di kawasan sentra produksi Poncokusumo, yaitu (1) Saluran I (pasar konvensional), dengan 4 pelaku tataniaga meliputi pedagang pengumpul, pedagang besar *supplier* pasar Induk, pedagang besar pasar Induk dan pedagang pengecer, dan (2) Saluran II (pasar swalayan), dengan 2 pelaku tataniaga meliputi pedagang besar *supplier* pasar swalayan dan pasar swalayan, serta saluran 3 yaitu pasar ekspor



Keterangan:

- ▶ : Saluran I (Pasar Konvensional)
- - - - -▶ : Saluran II (Pasar Swalayan)
- · - · -▶ : Saluran III (Pasar Ekspor)
- : Pelaku Tataniaga
- : Kualitas buncis hasil sortasi

Gambar 1. Saluran tataniaga Buncis di Kawasan Sentra Produksi Poncokusumo

Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga yang dikeluarkan oleh kelembagaan tataniaga meliputi biaya sortasi, pengemasan, pengangkutan, upah buruh, penyusutan dan lain-lainnya. Rata-rata biaya tataniaga buncis di kawasan sentra produksi Kecamatan Poncokusumo sebagaimana terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Biaya Tataniaga Buncis Saluran I, II, III di Kawasan Sentra Produksi Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

No.	Lembaga Tataniaga	Saluran Tataniaga		
		I*	II*	III*
1.	Petani	2.500	3.500	7.000
2.	Pedagang pengumpul	3.900	-	-
3.	Pedagang Grosir Lokal	5.000	-	-
4.	Pedagang besar <i>supplier</i> pasar swalayan	-	7.000	-
5.	Pedagang besar <i>supplier</i> pasar ekspor	-	-	10.500
6.	Pedagang besar pasar konvensional	-	-	-
7.	Pedagang pengecer	6.500	-	-
8.	Swalayan	-	8.000	-
9.	Eksportir	-	-	18.500
10.	Konsumen	8.000	10.200	22.000

Sumber: Analisis Data Primer

Di saluran tataniaga I, buncis dibeli dari petani ke pedagang pengepul pada sentra produksi Poncokusumo, kemudian oleh pedagang pengumpul didistribusikan ke seluruh pedagang buncis yang dipasok oleh petani pada saluran satu kepada pedagang grosir lokal di Pasar Induk Wonomulyo, dari pedagang grosir lokal, buncis dipasarkan ke pengecer lokal. Dari pengecer lokal langsung menjual usahatani buncis ke konsumen tingkat akhir. Saluran ini merupakan saluran yang paling banyak dipilih petani dengan harapan petani dapat menjual dengan jumlah yang lebih banyak dan adanya keterikatan modal antara petani dan pengumpul. Harga di tingkat petani pada saluran ini Rp2.500.00/kg, kemudian dijual oleh pedagang pengumpul Rp 3.900.00/kg pada pedagang grosir lokal, pedagang grosir lokal menjual dengan harga Rp5.000.00 kepada pengecer lokal, pedagang pengecer menjual dengan harga Rp8.000.00/kg kepada konsumen.

Pada saluran tataniaga II hanya dikeluarkan oleh pedagang *supplier*

pasar swalayan, sedangkan pasar swalayan tidak mengeluarkan biaya sama sekali. Pedagang besar ini membeli buncis di tingkat petani dengan harga Rp3.000.00 per kg. Kemudian dari pasar besar swalayan ini akan memberi patokan harga sebesar Rp 7.000,00 dan akan didistribusikan ke pasar swalayan dengan harga Rp 8.000,00. Untuk tingkat konsumen pada pasar swalayan dipatok dengan harga Rp 10.200,00. Biaya sebesar ini terasa wajar mengingat bahwa pedagang besar *supplier* pasar swalayan mengirimkan buncis ke pasar swalayan yang merupakan lembaga tataniaga terakhir menjual buncis ke konsumen. Sebagaimana diketahui bahwa konsumen pasar swalayan berbeda dengan konsumen pasar konvensional dimana aspek tampilan (estetika) dan higienis adalah merupakan persyaratan yang harus dipenuhi.

Pada saluran tataniaga III, eksportir melakukan pembelian buncis di tingkat konsumen dengan harga yang tinggi, karena untuk ekspor maka komoditas yang dipilih telah melalui sortir yang lengkap. Tentu saja biaya yang

dikeluarkan eksportir sebelum mengirimkan komoditas buncis ke luar negeri sangat besar dan komoditas buncis hasil dari kawasan sentra produksi Kecamatan Poncokusumo banyak dikirim ke Negara Singapura melalui pelabuhan Soekarno-Hatta.

Pendapat ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Wandira, 2018) Bahwa pasa saluran tataniaga pola I dirasa memang kurang efektif. Ini diakibatkan oleh adanya harga yang diterima oleh konsumen lebih tinggi daripada pola lainnya. Untuk pola II dirasa kurang efisien karena peani memiliki perbedaan position bargaining power yang rendah dikarenakan menjual hasil usahatani dengan motif social dan kepercayaan selain motif ekonomi terhadap tengkulak. Sehingga hal ini menyebabkan petani menerima harga dari tengkulak. Pendistribusian ke pelaku tataniaga lainnya (pengecer) petani mendapatkan harga yang kurang

tinggi. Untuk pola III sangat efisien karena petani mendapatkan harga yang sesuai dengan yang diharapkan dan konsumen mendapatkan harga yang rendah daripada pola lainnya.

Marjin tataniaga, Farmer's share dan Mark Up

Marjin tataniaga untuk saluran I, II dan III dapat dilihat pada tabel 3. Tabel 3 menunjukkan bahwa marjin tataniaga terbesar untuk saluran I adalah pada pedagang pengecer yaitu sebesar 18,45%; untuk Saluran II pada pasar swalayan sebesar 41,87% dan untuk Saluran III pada eksportir sebesar 68,41%. Apabila dianalisis lebih lanjut, maka dapat dilihat bahwa pada Saluran I pembagian marjin tataniaga pada masing-masing lembaga tataniaga relatif lebih adil apabila dibandingkan dengan Saluran II dan III. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Saluran I lebih efisien daripada Saluran II dan III.

Tabel 3. Marjin Tataniaga

No.	Lembaga Tataniaga	Saluran Tataniaga		
		I*	II*	III*
1.	Petani	54,67	45,82	23,88
2.	Pedagang pengumpul	9,09	-	-
3.	Pedagang Grosir Lokal	15,00	-	-
4.	Pedagang besar <i>supplier</i> pasar swalayan	-	13,69	-
5.	Pedagang besar <i>supplier</i> pasar ekspor	-	-	12,98
6.	Pedagang besar pasar konvensional	9,78	-	-
7.	Pedagang pengecer	18,45	-	-
8.	Swalayan	-	41,87	-
9.	Eksportir	-	-	68,41

Keterangan: * dalam persen (%)
 Sumber: Analisis Data Primer

Farmer share adalah cara pendekatan yang digunakan untuk melihat seberapa besar petani mendapatkan imbalan dari produk yang dihasilkan, ukuran tersebut dibandingkan dengan harga yang diterima oleh petani dan harga yang terjadi di tingkat konsumen.

Dengan asumsi menurut (Praswati, T, & B., 2018) bahwa produsen adalah pihak yang paling berharga, dan semakin besar menerima hasil yang diterima dari petani, maka akan semakin adil apabila sistem pemasaran bias berjalan dengan baik. Situasi ini mendorong petani untuk terus melaksanakan produksi pertanian.

Pemasaran adalah bagian yang sangat penting dari sistem, tetapi ini tidak berarti bahwa pemasar, sebagai produsen, memiliki hak untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada petani. Bertani adalah bisnis berisiko tinggi, sehingga petani

berhak atas bagian imbalan yang adil. Dalam hal ini, ia berasal dari distribusi harga yang dihasilkan di tingkat konsumen. *Farmer's share* dan *Mark Up* harga dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. *Farmer's Share* dan *Mark Up*

No	Saluran Tataniaga	<i>Farmer's Share</i> (%)	<i>Mark Up</i> (%)
1.	Saluran I	57,18	20,88
2.	Saluran II	48,54	68,09
3.	Saluran III	23,74	196,88

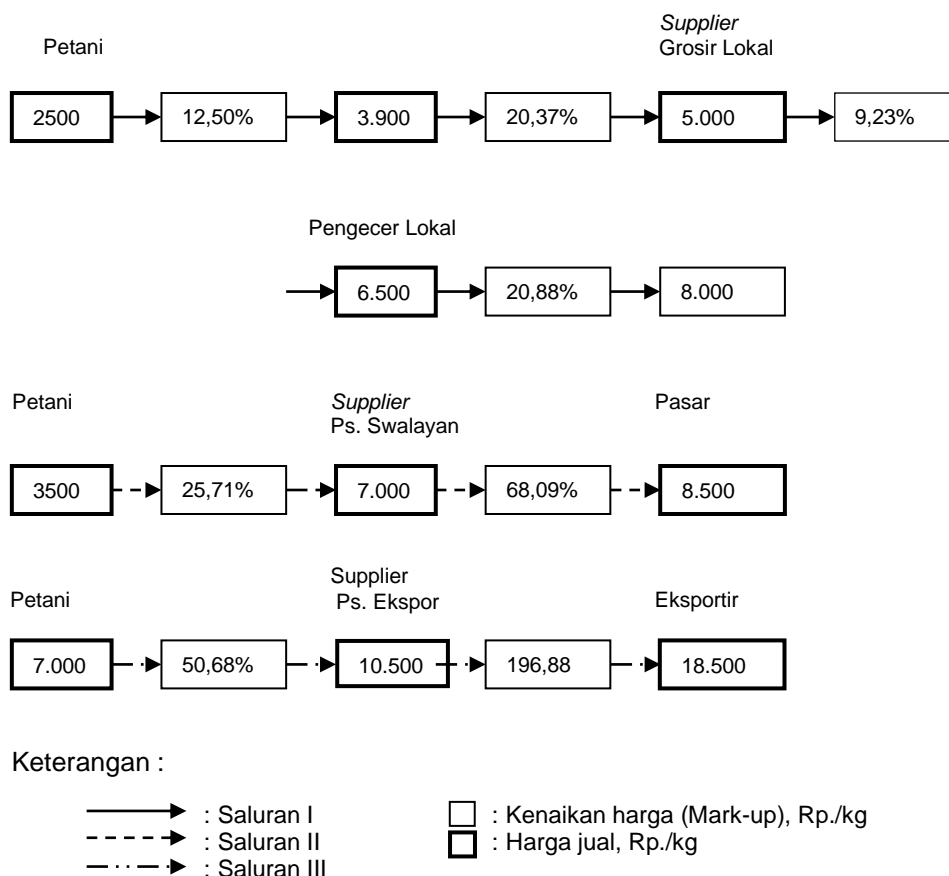
Sumber : Analisis Data Primer

Tabel 4 menunjukkan bahwa *farmer's share* terbesar untuk petani ada pada Saluran I yaitu sebesar 57,18%. Besarnya *farmer's share* pada Saluran I disebabkan oleh tingkat harga pada konsumen akhir di pasar konvensional (Rp. 8.000/kg) lebih rendah dibandingkan dengan tingkat harga di pasar swalayan (Rp. 10.200/kg) maupun pasar ekspor (Rp. 22.000/kg). Tingginya tingkat harga pada konsumen akhir di saluran pasar swalayan dan pasar ekspor disebabkan oleh tingginya biaya pengemasan dan transportasi buncis.

Hal ini sesuai dengan penelitian (Pay & Nubatonis, 2017) bahwa struktur pasar persaingan tidak sempurna maka struktur pasar buncis menunjukkan tidak efisien karena prosen dari *farmer's share* tersebut dimana lembaga pemasaran yang tidak ada diferensiasi produk buncis dan dalam hal kebebasan masuk keluar pasar dan tidak ada

halangan bagi pedagang lama tapi akan sangat sulit bagi pedagang yang sudah lama bekerjasama.

Mark up harga buncis yang terkecil adalah pada Saluran I yaitu sebesar 20,88% dan yang terbesar adalah pada Saluran III yaitu sebesar 196,88%. *Mark-up* pada Saluran III sebesar 196,88% disebabkan oleh karena penjualan buncis oleh eksportir dilakukan dalam mata uang dollar, sehingga apabila dikonversi ke rupiah menjadi besar. Apabila dibandingkan *mark-up* untuk pasar dalam negeri antara Saluran I dan II, maka konsumen lebih memilih Saluran I sebab harga yang jatuh ke tangan konsumen akan lebih kecil karena nilai *mark-up* juga lebih kecil apabila dibandingkan dengan Saluran II. Ilustrasi mark-up dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Mark up pada Masing-masing Saluran Tataniaga Buncis

Indeks Efisiensi Teknis (T) dan Indeks Efisiensi Ekonomis (E)

Indeks efisiensi teknis (T) dan indeks efisiensi ekonomis (E) untuk masing-masing saluran dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Indeks Efisiensi Teknis dan Ekonomis

No.	Saluran Tataniaga	Indeks Efisiensi Teknis (T)	Indeks Efisiensi Ekonomis (E)
1.	Saluran I	3,87	1,83
2.	Saluran II	2,90	5,98
3.	Saluran III	6,50	0,76

Sumber: Analisis Data Primer

Tabel 5 mengemukakan bahwa indeks efisiensi teknis terkecil ada pada Saluran II yaitu sebesar 2,90; sedangkan indeks efisiensi ekonomis (E) terkecil ada pada Saluran III yaitu sebesar 0,76. Kecilnya indeks efisiensi teknis pada Saluran II disebabkan oleh rendahnya biaya tataniaga dapat dikeluarkan oleh pelaku tataniaga pada saluran ini dengan jarak dari produsen ke konsumen akhir relatif dekat. Dengan demikian pelaku tataniaga pada Saluran II relatif sudah efisien dalam melaksanakan kegiatan tataniaganya dibandingkan dengan pelaku tataniaga pada saluran lainnya.

Kecilnya indeks efisiensi ekonomi pada Saluran III disebabkan oleh keuntungan yang diperoleh para pelaku tataniaga pada saluran ini sangat kecil dibanding biaya tataniaga yang harus ditanggungnya. Hal ini menunjukkan bahwa dilihat dari indeks efisiensi ekonomis, maka konsumen luar negeri (Singapura) memperoleh tingkat harga yang relatif lebih murah dibanding konsumen dalam negeri.

Apabila dibandingkan antara ketiga saluran di atas, maka Saluran I memperlihatkan gambaran indeks efisiensi yang lebih konsisten dibanding Saluran II dan III. Meskipun indeks efisiensi teknis pada saluran I lebih besar daripada saluran II, tetapi perbedaannya tidak terlalu besar sedangkan dilihat dari indeks efisiensi ekonomis saluran I dan II berbeda cukup besar.

Hal ini sesuai dengan penelitian dari (Dewi, Santoso, & Prasetyo, 2018) bahwa indeks untuk pemasaran pada saluran pemasaran di tingkat konsumen memiliki nilai efisiensi lebih dari 1, sehingga hal ini dapat dikatakan lebih efisien. Hasil analisis efisiensi ekonomi pada pemasaran jagung dapat menyerap tenaga kerja memiliki nilai efisiensi kurang dari 1, sehingga penggunaan faktor dalam

pembiayaan pada saluran pemasaran tidak efisien.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah

1. Pola saluran untuk keragaan tataniaga buncis di Kawasan Sentra Produksi Poncokusumo Kabupaten Malang adalah
 - a) Saluran I (pasar konvensional) adalah :
Petani – pedagang pengumpul – pedagang besar *supplier* pasar induk – pedagang besar pasar induk – pedagang pengecer – konsumen.
 - b) Pola saluran pada Saluran II (pasar swalayan) adalah:
Petani – pedagang besar *supplier* pasar swalayan – pasar swalayan – konsumen.
 - c) Pola saluran pada Saluran III (pasar ekspor) adalah:
Petani – pedagang besar *supplier* eksportir – eksportir – konsumen.
2. Harga yang diterima petani dari konsumen akhir (Farmers's share) paling besar pada Saluran I (Pasar Konvensional) yaitu sebesar 57,18%, sedangkan pada saluran II (Pasar swalayan) sebesar 48,54% dan pada saluran III (pasar ekspor) sebesar 23,74%. Saluran I juga memperlihatkan gambaran indeks efisiensi yang lebih konsisten dibandingkan dengan saluran II dan saluran III yang ditunjukkan oleh indeks efisiensi teknis (T) sebesar 3,87 dan indeks efisiensi ekonomis € sebesar 1,83.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan petani untuk memilih saluran I dalam menjual produksinya (buncis) agar diperoleh bagian harga yang lebih tinggi. Namun demikian petani masih dihadapkan kepada berbagai masalah berupa posisi tawar (bargaining position) petani dalam penentuan harga yang relatif masih rendah, distribusi pemasaran hasil masih kurang lancar dan akses terhadap informasi pasar yang relative masih kurang.
2. Perlu dilakukan evaluasi mengenai proses pengemasan dan pengangkutan buncis dari petani ke pelaku tataniaga agar dapat ditekan tingkat penyusutan seminimal mungkin, sehingga dapat menurunkan biaya tataniaga yang secara langsung akan meningkatkan keuntungan yang diterima oleh pelaku tataniaga.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu penelitian yang akan diterbitkan dalam jurnal elektronik dan dapat bermanfaat sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adusumilli, N., Wang, D. H., & Deliberto, M. (2020). Estimating Risk Premiums for Adopting no-till and cover Crops management Practices in Soybean Production System Using Stochastic Efficiency Approach. *Agricultural Systems*, 178, 178. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2019.102744>
- Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura. (2019). *Produksi Sayuran di Indonesia*. Jakarta : BPS Statistik.
- Beierlein, e. a. (2014). *Principles of Agribusiness Management*. . The United State of America: Waveland Press.
- Creswell, J. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Research Approach*. Sage Publication.
- Dewi, A. R., Santoso, S., & Prasetyo, E. (2018). Analisis Efisiensi Teknis dan Ekonomi Penggunaan Faktor-faktor Produksi pada Usahatani Jagung Hibrida di Kelompok Tani Sidomulyo 01 Kecamatan Sukolilo Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 2(1), 25-34.
- Islami, E. M., & Tridakusumah, A. C. (2020). Social Network Analysis on the Marketing Aspect of Vegetable Commodities in the Katenzo Farmer Group. *AGROLAND: The Agricultural Sciences Journal*, 7(2), 126-132.
- Kabeto, A. J. (2017). Major Red Beans Marketing Channels in Halaba SpecialDistrict, Ethiopia. *International Journal of Research Studies in Agricultural Sciences*, 3(2), 8-17.
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Limbong, S. (1987). *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bogor: Fakultas Pertanian IPB.

- Mainnah , M., & Balkis, S. (2019). Optimalisasi Produksi Usahatni Buncis (*Phaseolus vulgaris L.*) di Kelurahan Rapak Kecamatan LOA Janah Ilir Kota Samarinda. *AKP*, 2(1), 1-8.
- Moehar, D. (2002). *Metode dan Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Pay, Y. A., & Nubatonis, A. (2017). Analisis Pemasaran Buncis di Desa Oerinbesi Kecamatan Biboki Tanpah Kabupaten Timor Tengah. *Agrimor*, 2(4), 52-54.
- Praswati, A. N., T, P., & B., D. A. (2018). Saluran Distribusi dan Marjin Pemasaran Kubis Tomat Wortel (Studi Kasus di Area Boyolali Jawa Tengah). *J. Ilmu Manajmen dan Akuntansi Terapan.*, 2(3), 1-18.
- Puspitaningrum, D. A., Ekowati, & Roessali. (2019). Analisis Komparasi Pendapatan dan Risiko Pendapatan Petani Baby Buncis (*Phaseolus vulgasri L*) pada Petani Mitra dan Non Mitra di Kabupaten Semarang. *J. Agroland*, 26(3), 272-286.
- Rihana, S. (2013). Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Buncis (*Phaseolus vulgaris L.*) pada Berbagai Dosis Pupuk Kotoran Kambing dan Konsentrasi Zat Pengatur Tumbuh Dekamon. *Jurnal Produksi Tanaman*, 1(4), 369-376.
- Salem , F., & Nubatonis , A. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan Kacang Tanah di Kecamatan Kota Kabupaten Timor Tengah Utara. *AGRIMOR*, 01(1), 7-9.
- Sasi, W., & Nubatonis , A. (2017). Pemasaran Sirih Buah di Desa Sunsea Kecamatan Naibenu, Kabupaten Timor Tengah Utara. *AGRIMOR*, 1(03), 1-3.
- Sevilla, C. (2007). *Research Methods*. Queizon City: Rex Printing Company.
- Sudiyono, A. (2002). *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Sumardjo. (2004). *Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Wandira, A. (2018). *Identifikasi Pola Distribusi Tataniaga dalam Pembentukan Harga Bawang Merah Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk)*. Malang: SKRIPSI.
- Wibowo. (2007). *Manajemen Kinerja* (Kedua ed.). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Zhang, Y., Ju, G., & Zhan, J. (2019). Farmers Using Insurance and Cooperatives to Manage Agricultural Risks: A Case Study of the Swine Industry in China. *Journal of Integrative Agricultural*, 18(2), 2910-2918. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(19\)62823-6](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(19)62823-6)