

**Analisis Rantai Pasok Kentang di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang dengan Metode Analisis FSCN (*Food Supply Chain Network*)**

**Wildan Wahyu Nugroho, Kusnandar, Mei Tri Sundari**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret

Jl. Ir. Sutarni No. 36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457

Email: wildanwahyun@gmail.com<sup>1</sup>, kusnan\_dar@yahoo.com<sup>2</sup>, meitri@staff.uns.ac.id<sup>3</sup>

**Abstract:** This study aims to determine the condition of the potato supply chain and the efficiency of potato marketing in Sumberejo Village, Ngablak District, Magelang Regency. The primary method used is the descriptive analysis method. The research location was chosen purposively in Ngablak District, Magelang Regency. Determination of informants using a purposive method and is snowball sampling. The data analysis method used is the FSCN (*Food Supply Chain Network*) analysis method and marketing efficiency analysis. The results showed four potato supply chain channels, namely 1; Farmers – Middlemen – Wholesalers – Small Traders – End Consumers. Supply chain channel 2; Farmers - Middlemen - Small Traders - End Consumers. Supply chain channel 3; Farmers - Wholesalers - Small Traders - End Consumers. In Supply Chain Channel 4; Farmers – End Consumers. While supply chain channels 1 and 2 have a marketing margin of IDR 3,192, and a farmer's share of 72.9%, supply chain channel 3 has a marketing margin of IDR 2,600 and a farmer's share of 77.9%, and in supply chain channel 4 has a marketing margin. This is because of zero rupiahs, with 100% farmer's share.

**Keywords:** Potato, Supply Chain, FSCN (*Food Supply Chain Network*), Marketing Analysis

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi rantai pasok kentang, dan efisiensi pemasaran kentang di Desa Sumberejo, Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang. Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang. Penentuan informan menggunakan metode *purposive* dan bersifat *snowball sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis *FSCN (Food Supply Chain Network)* dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat saluran rantai pasok kentang, yaitu 1; Petani – Tengkulak - Pedagang Besar - Pedagang Kecil – Konsumen Akhir. Saluran rantai pasok 2; Petani- Tengkulak – Pedagang Kecil – Konsumen Akhir. Saluran rantai pasok 3; Petani- Pedagang Besar – Pedagang Kecil – Konsumen Akhir. Pada Saluran Rantai Pasok 4; Petani – Konsumen Akhir. Sedangkan saluran rantai pasok 1 dan 2 memiliki margin pemasaran sebesar Rp 3.192, dan *farmer's share* 72,9%, pada saluran rantai pasok 3 memiliki margin pemasaran sebesar Rp 2.600 dan *farmer's share* 77,9%, serta pada saluran rantai pasok 4 memiliki margin pemasaran sebesar nol rupiah, dengan *farmer's share* 100%.

**Kata Kunci:** Kentang, Rantai Pasok, FSCN (*Food Supply Chain Network*), analisis marketing

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara produsen kentang di dunia, berdasarkan data *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (2017) sepanjang tahun 2010-2014 Asia menempati peringkat kedua setelah Eropa yaitu memproduksi sebesar 39% kentang dunia. Produksi kentang Indonesia tercatat di Jawa Tengah pada tahun 2016 berdasarkan data BPS (2016) memiliki produktivitas 21.65 % Ton/Ha. Namun Indonesia pada tahun 2016 berdasarkan data BPS (2016) masih mengimpor kentang sebesar 18.675 ton.

Kentang merupakan salah satu hasil komoditi hortikultura yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman hortikultura lainnya. Kentang mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai sumber karbohidrat dalam rangka menunjang program diversifikasi pangan, meningkatkan pendapatan petani, komoditas ekspor non migas dan bahan baku industri olahan (Hartuti dan Sinaga, 1998).

Menurut Andryanto *et al.*, (2013) kentang adalah makanan yang bernilai gizi tinggi dan lengkap serta dapat digunakan sebagai bahan pangan alternatif pengganti beras. Kentang juga merupakan salah satu makanan siap hidang (*instant food*) dan cepat hidang (*fast food*) di Indonesia saat ini. Selain

itu permintaan kentang juga terus meningkat akan tetapi pasokannya masih kurang, sehingga perluasan budidaya kentang masih diperlukan untuk memnuhi kebutuhan pasar. Penelitian Masarirambi *et al.*, (2012) menunjukkan kepadatan populasi tanaman serta ukuran bibit umbi sangat berpengaruh pada hasil panen kentang. Sehingga luas lahan sangat berpengaruh pada hasil panen kentang.

Salah satu kabupaten yang memiliki rata-rata produktivitas kentang yang tinggi di Jawa Tengah berdasarkan data Dinas Pertanian dan Perkebunan Jawa Tengah (2016) adalah Kabupaten Magelang. Pada tahun 2016 Kabupaten Magelang memiliki produktivitas sebesar 188,62 ku/ha, dengan total produksi sebesar 48.853 ku. Kecamatan Ngablak dipilih karena terletak pada ketinggian 1389 m dari permukaan laut, dan terletak di daerah lereng gunung merbabu sehingga menjadi kawasan yang produktif untuk budidaya tanaman kentang.

Selain perluasan lahan budidaya kentang, pemasaran yang efisien dan efektif juga diperlukan untuk bisa memastikan produk kentang mampu memnuhi kebutuhan pasar. Boyer dan Hult (2005) menyebutkan bahwa saluran pemasaran adalah mengelola hubungan hulu hingga hilir atau perusahaan dengan konsumen akhir. Faktor-faktor yang

dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut: a). keuntungan pemasaran (b). Harga yang diterima konsumen (c). Tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk malancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi, dan (d). Kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran (Soekartawi, 1993).

Menurut Imanullah (2017) rantai pasok dari produsen sampai kepada konsumen yang sangat panjang menyebabkan nilai kerusakan dan penurunan mutu produk karena produk pertanian bersifat mudah rusak. Rantai pasok yang panjang juga menyebabkan biaya pemasaran dari produsen kepada konsumen menjadi cukup tinggi sehingga konsumen harus membayar lebih mahal dari harga yang selayaknya ditawarkan.

Beberapa permasalahan dalam sistem pemasaran komoditas hortikultura secara umum termasuk komoditas kentang adalah tingginya biaya pemasaran dan pembagian balas jasa, mahalnya biaya pemasaran, dan fluktuasi harga. Oleh karena itu perlu dilakukan studi terkait lembaga pemasaran kentang, untuk mengetahui saluran pemasaran yang tepat dan efisien sehingga dapat dijadikan referensi bagi para pelaku

usaha tani untuk meningkatkan produktivitas usaha tani kentang.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Dasar Penelitian**

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif analisis. Metode ini dilakukan dengan menempuh langkah-langkah seperti pengolahan data, analisis data serta pembuatan kesimpulan tentang keadaan secara nyata dan objektif.

### **Metode Penentuan Lokasi**

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu penentuan daerah diambil secara sengaja dengan dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu (Yusuf, 2014). Penelitian dilakukan di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang, desa Sumberejo hal ini didasarkan data BPS Magelang (2015) yang menjelaskan bahwa Kecamatan Ngablak memiliki ketinggian 1.378 m dpl dimana kentang tumbuh baik pada ketinggian tersebut.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Penentuan informan dalam penelitian ini dipilih secara *purposive* dan bersifat *snowball sampling*. Populasi penelitian ini adalah petani yang berada di Desa sumberejo, Kecamatan Ngablak, Magelang. Sampel diambil 30 informan petani kentang

dengan metode *proposional sampling* dengan mengambil sampel masing-masing tiga sampel dari 10 kelompok tani di Desa Sumberejo, dan pengumpulan informasi pada anggota rantai pasok lain menggunakan teknik *snowball sampling* dengan mengikuti arus pemasaran hingga konsumen akhir, yaitu dengan jumlah informan terdiri dari 3 tengkulak, 6 pedagang besar, 9 pedagang kecil hal ini dimaksudkan agar peneliti lebih mudah mendapatkan data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung di lapang dengan menggunakan pedoman wawancara. Sumber data primer adalah informan yang terdiri dari petani kentang dan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian, serta pihak dari Kelompok Tani yang terdapat di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian yaitu Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Magelang.

### **Metode Analisis Data**

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Dimana M adalah margin pemasaran, Pr adalah harga ditingkat konsumen Pf adalah Harga ditingkat petani. Margin pemasaran terdiri dari komponen yang terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Secara sistematis margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Mp = Bp + Kp$$

Dimana Mp adalah margin pemasaran, Bp adalah biaya pemasaran, dan Kp adalah keuntungan pemasaran.

Salah satu indikator efisiensi pemasaran adalah *Farmer's share* yang dianalisis untuk mengetahui seberapa besar bagian yang diterima oleh petani dari harga yang dibayar konsumen akhir. *Farmer's share* secara matematis dirumuskan sebagai berikut (Asmarantaka, 2012):

$$Fs = Pf/Pk \times 100 \%$$

Dimana Fs adalah *Farmer's share*, Pf adalah harga di tingkat petani (Rp/Kg), dan Pk adalah harga yang dibayar konsumen akhir (Rp/Kg). Selanjutnya data dianalisis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kondisi Umum Lokasi Penelitian**

Kecamatan Ngablak adalah salah satu kecamatan di Daerah Tingkat II Kabupaten

Magelang Propinsi Jawa Tengah dengan luas wilayah 43.78 Km<sup>2</sup>. Ketinggian rata-rata Kecamatan Ngablak berada pada 1.378 m dpl. Penduduk Kecamatan Ngablak sejumlah 42.647 jiwa. Pembagian wilayah Kecamatan Ngablak yaitu 164,445 Ha adalah sawah dan 4.423,907 Ha adalah tanah kering. Tanah kering terbagi fungsi menjadi pekarangan atau bangunan, tegalan atau kebun, dan kehutanan.

### **Kondisi Responden**

Usia rata-rata responden petani kentang di Kecamatan Ngablak adalah 46 tahun, rata-rata menempuh Pendidikan selama 7,4 tahun, rata-rata berusaha tani kentang selama 25 tahun, jumlah anggota keluarga 4 orang, dan rata-rata luas lahan tanaman kentang 4.316 m<sup>2</sup>.

Responden tengkulak rata-rata berusia 54,6 tahun. Rata-rata menempuh Pendidikan selama 8,3 tahun, lama usaha rata-rata 15 tahun, jumlah anggota keluarga rata-rata 5 orang, dan jumlah anggota keluarga yang aktif usaha rata-rata 2 orang.

Pedagang besar yang menjadi responden pada penelitian ini rata-rata berusia 47 tahun, lama Pendidikan formal rata-rata 7,3 tahun, lama usaha rata-rata 13,8 tahun, jumlah anggota keluarga rata-rata 4 orang, dan jumlah anggota keluarga yang aktif usaha 2 orang.

Responden pedagang kecil pada penelitian ini rata-rata berusia 49 tahun, lama Pendidikan formal 6,7 tahun, lama usaha 13,8 tahun, jumlah anggota keluarga rata-rata 4 orang, dan jumlah anggota keluarga yang aktif usaha 1 orang.

### **Usahatani Budidaya Kentang**

Kentang merupakan tanaman dikotil yang bersifat semusim, termasuk famili Solanaceae, dan memiliki umbi batang yang dapat dimakan. Kentang mempunyai varietas yang sangat banyak namun kentang yang banyak diusahakan petani adalah kentang varietas Granola. Budidaya kentang terdiri dari beberapa tahap diantaranya, yaitu pembibitan, pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pasca panen, dan pemasaran

### **Sasaran Rantai Pasok**

Sasaran pasar kentang di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang hampir seluruhnya ditujukan untuk pasar domestik dan sebagian kecil masuk pasar ekspor. Para anggota rantai pasok kentang di Kabupaten Magelang memasarkan produknya ke beberapa daerah seperti Kalimantan, Jakarta, Jawa Tengah, dan beberapa daerah lainnya. Beberapa lainnya berhasil mengekspor ke Malaysia dan Singapura.

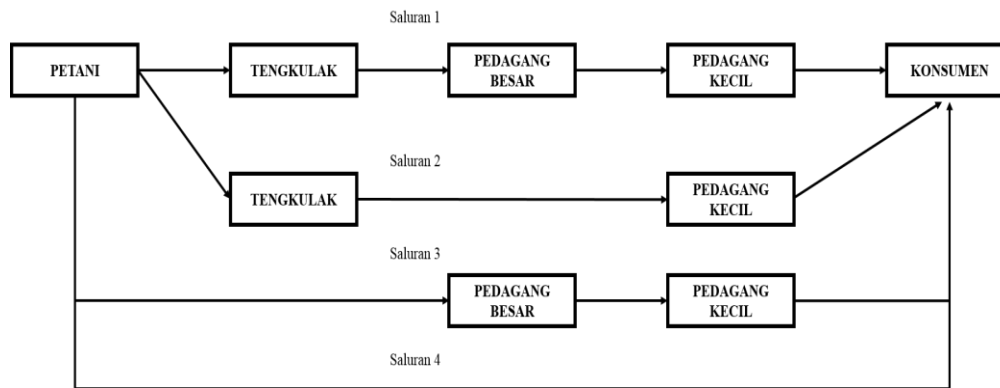
### **Sasaran Pengembangan**

Sasaran pengembangan yang ingin dicapai di dalam rantai pasokan kentang di Kabupaten Magelang adalah peningkatan kemampuan petani, dalam menerapkan teknologi budidaya kentang agar lebih produktif. Maka perlu ada penelitian dari *stakeholders*, kelompok tani, dan anggota rantai pasok terkait untuk merumuskan pengembangan pertanian kentang di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang.

**Struktur Rantai Pasok**

Struktur rantai pasok kentang dapat dianalisis melalui anggota-anggota yang membentuk rantai pasok dan peran masing-

masing anggota serta entitas atau elemen-elemen yang terdapat di rantai pasok seperti produk, pasar, *stakeholder*, dan situasi persaingan. Anggota rantai pasok yang dimaksud adalah para pelaku yang tergabung atau terlibat dalam aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi. Struktur rantai pasok kentang di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang dapat dilihat pada Gambar 1. Struktur rantai pasok melibatkan seluruh anggota rantai pasok, sedangkan fungsi anggota rantai pasok dapat dilihat pada Tabel 1



**Gambar 1.** Struktur Saluran Rantai Pasok Kentang di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang

**Tabel 1.** Fungsi Anggota Rantai Pasok dalam Struktur Rantai Pasok Kentang di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang

Fungsi	Aktivitas	Petani	Tengkulak	PB	PK
<b>Pertukaran</b>	Jual	√	√	√	√
	Beli	-	√	√	√
	Pengumpulan	-	√	√	√
<b>Fisik</b>	Angkut	√	√	√	√
	Simpan	-	√	√	√
<b>Fasilitas</b>	Sortir	√	√	-	-
	Grading	-	√	-	-
	Informasi	√	√	√	√
	Harga	√	√	√	√
	Resiko	√	√	√	√

Sumber: Data Primer, 2019

## **Manajemen Rantai Pasok**

Manajemen rantai merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan bersama yang dilakukan bersama di dalam rantai pasok kentang. Hal yang perlu dikaji dalam manajemen rantai pasok kentang adalah pemilihan mitra, kesepakatan kontraktual, sistem transaksi dukungan pemerintah, dan kolaborasi rantai pasokan.

### **a. Pemilihan Mitra**

Beberapa kriteria yang diharapkan bisa menjadi mitra dalam rantai pasok kentang antara lain, petani mengharapkan mendapatkan mitra tengkulak yang tidak begitu ketat dalam sortir dan *grading* produk kentang, serta dapat memberi harga yang bagus. Pada penelitian ditemukan tengkulak tidak memilih ketat kriteria mitranya, yang diharapkan barang tersedia di petani, dan konsumen bisa membeli produk. Sedangkan pedagang besar mengharapkan mitra tengkulak yang mempunyai varian kentang yang bagus, serta memilih mitra yang cepat memutar produk kentang sehingga uang cepat dibayar. Pedagang kecil tidak begitu ketat dalam pemilihan mitra, pedagang kecil hanya berharap mendapatkan mitra yang jujur.

### **b. Kesepakatan Kontraktual**

Pada rantai pasok kentang di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang pada umumnya kontrak yang dijalankan dalam bentuk informal, akan tetapi ada sebagian petani yang menjalankan kontrak formal dengan mitra konsumen.

### **c. Sistem Transaksi**

Sistem transaksi yang kami teliti pada rantai pasok kentang di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang pada petani mayoritas dengan cara berhutang. Tengkulak mengambil produk kentang dari petani lalu akan dibayar ketika produk sudah laku. Ada juga tengkulak yang baru akan membayar setelah tiga hari hasil panen kentang diambil.

### **d. Dukungan Pemerintah**

Dukungan pemerintah dibutuhkan untuk kelancaran suatu rantai pasok. Pemerintah memberi bantuan dalam bentuk perbaikan infrastruktur baik jalan maupun irigasi. Bagi petani, tengkulak, pedagang besar dan pedagang kecil dalam penelitian ini bantuan dari pemerintah belum begitu dirasakan. Namun bagi sebagian tengkulak, pedagang besar dan pedagang kecil ada bentuk bantuan yang dapat dirasakan berupa akses jalan yang baik.

### **e. Kolaborasi Rantai Pasok**

Kolaborasi atau koordinasi merupakan saling tukar informasi antar setiap anggota dalam rantai pasok. Informasi yang berasal dari konsumen akhir yang disampaikan kepada pedagang dan diteruskan ke tengkulak lalu selanjutnya disampaikan kepada petani dan begitu sebaliknya. Informasi ini meliputi karakteristik produk yang diinginkan konsumen, jumlah permintaan konsumen dan harga yang diinginkan konsumen, begitu juga sebaliknya informasi mengenai kendala dalam budidaya kentang disampaikan pula oleh petani kepada tengkulak serta pedagang. Komunikasi yang terbangun secara intensif akan membangun rasa kepercayaan antar anggota rantai pasok.

#### **Sumber Daya Rantai Pasok**

Sumber daya yang dimiliki setiap anggota rantai pasok berperan dalam pengembangan seluruh anggota rantai pasok. Sumber daya yang dapat dikaji, yaitu sumber daya fisik, teknologi, sumber daya manusia, dan permodalan. Sumber daya ini berfungsi untuk meningkatkan kinerja rantai pasok keseluruhan.

##### **a. Sumber Daya Fisik**

Sumber daya fisik yang ada pada rantai pasok kentang di Kecamatan Ngablak

Kabupaten Magelang adalah seperti peralatan tani, gudang, angkutan, timbangan untuk petani, tengkulak, pedagang besar, pedagang kecil. Sedangkan pada anggota rantai pasok petani terdapat sumber daya fisik berupa lahan antara 500 m<sup>2</sup> hingga 11.000 m<sup>2</sup> baik yang dimiliki pribadi maupun lahan sewa.

##### **b. Sumber Daya Teknologi**

Pada rantai pasok kentang di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang sumber daya teknologi masih konvensional, pada umumnya petani, tengkulak, pedagang besar, pedagang kecil menggunakan *hand phone* untuk melakukan komunikasi dalam rantai pasok kentang. Namun ada pedagang kecil yang produk kentangnya tersertifikasi dan pemasarannya sudah ekspor, dalam sumber daya teknologinya sudah menggunakan *website* dalam pemasarannya.

##### **c. Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia yang terdapat di rantai pasok kentang pada umumnya masih terbatas, bekerja dengan cara konvensional. Pada penelitian yang kami lakukan ada salah satu pedagang kecil yang pemasarannya sudah masuk pasar ekspor. Pekerja harus bisa bekerja untuk memenuhi standar kualitas yang



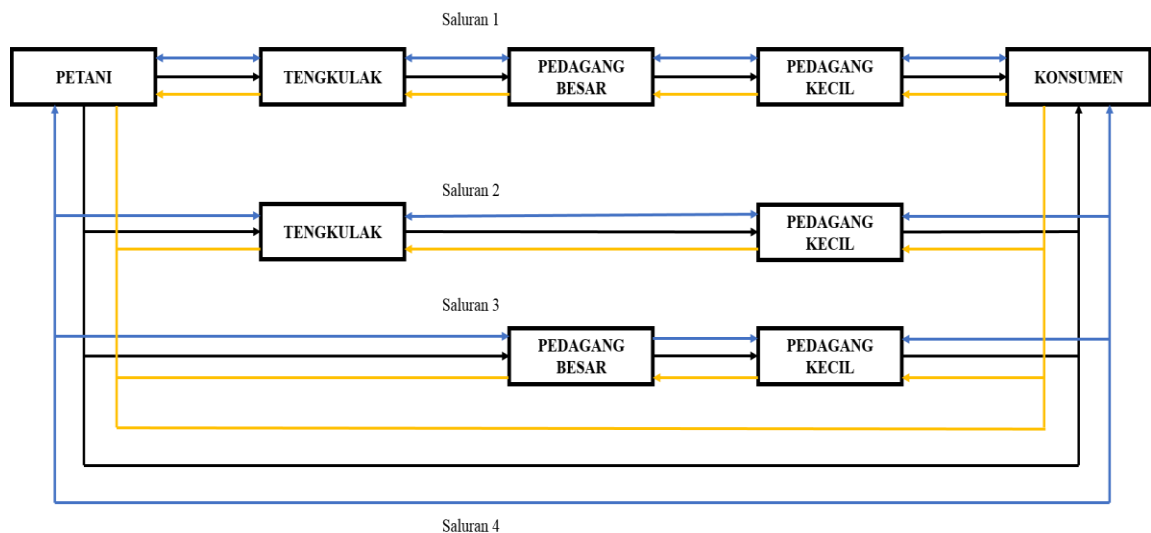
diharapkan. Oleh karena itu, terdapat pengembangan sumber daya manusia seperti pelatihan peningkatan mutu dan pelatihan paska panen.

#### **d. Sumber Daya Modal**

Pada rantai pasok kentang yang kami teliti sumber daya modal yang digunakan oleh anggota rantai pasok kentang bermacam-macam. Para petani biasa menggunakan modal pribadi, mitra, dan

#### **Proses Bisnis Rantai Pasok**

Proses bisnis rantai mencerminkan proses-proses yang terjadi di sepanjang rantai pasok kentang. Proses bisnis rantai yang baik adalah proses bisnis yang saling terintegrasi satu sama lain. Hal-hal yang dapat dikaji dalam proses bisnis rantai adalah pola distribusi, anggota rantai pendukung, perencanaan kolaboratif, penelitian kolaboratif, aspek risiko, dan proses



**Gambar 2.** Saluran Pemasaran Kentang di Kecamatan Ngablak, Magelang  
Keterangan: Aliran Produk —> Aliran Finansial —> Aliran Informasi <—>

hutang di BANK, KUR dengan jaminan sertifikat tanah, hingga BPKB kendaraan. Sedangkan pada tengkulak, pedagang besar, dan pedagang kecil umumnya menggunakan modal pribadi untuk menjalankan bisnisnya. Kendala pada sumber daya modal umumnya adalah keterbatasan modal, dan kesulitan membayar jika mengalami gagal panen atau panen tidak sesuai target minimum.

membangun kepercayaan (*trust building*).

#### **Pola Distribusi**

Pola distribusi pada rantai pasok kentang menjelaskan bagaimana aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang terjadi pada anggota rantai pasok kentang. Ketiga aliran ini akan dikaji apakah berjalan lancar atau tidak dan bagaimana pelaksanaan serta kendala yang dihadapi setiap ketiga aliran ini.

1) Aliran Produk

Aliran produk berawal dari petani kentang, Setelah masuk masa panen kemudian petani menghubungi tengkulak untuk memanen kentang. Setelah selesai dilakukan proses sortir dan grading kentang selanjutnya kentang dijual oleh tengkulak kepada pedagang besar untuk dialirkan kepada pedagang kecil dan konsumen.

2) Aliran Finansial

Aliran finansial dalam rantai pasok ini berupa uang pembayaran atas produk yang dijual kepada mitranya. Uang pembayaran ini digunakan sebagai modal untuk kembali melakukan produksi sehingga membentuk siklus tersendiri. Aliran finansial dimulai dari konsumen akhir hingga petani kentang. Konsumen akhir pada umumnya membayar produk kentang dengan cara *cash and carry* kepada pedagang kecil, pedagang besar, tengkulak maupun petani. Sedangkan aliran finansial yang dilakukan oleh pedagang kecil kepada pedagang besar dan petani tidak jarang dengan cara berhutang, maupun dengan cara *cash*. Aliran finansial yang dilakukan pedagang besar kepada tengkulak dan petani juga sama dengan cara *cash* dan tidak sedikit dengan cara hutang.

**Kinerja Rantai Pasok**

Pengukuran kinerja rantai pasok dilakukan dengan pendekatan efisiensi

pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat diukur untuk mengetahui efisiensi rantai pasok karena di dalam rantai pasok, terdapat kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh setiap anggota rantai pasok untuk memasarkan produknya kepada anggota rantai pasok berikutnya. mencerminkan penyebaran keuntungan dan manfaat yang diperoleh masing-masing anggota rantai pasok kentang. Pada rantai pasok kentang ini akan dilihat efisiensi pemasaran melalui indikator margin pemasaran dan *farmer's share*.

**Analisis Margin Pemasaran**

Margin pemasaran setiap anggota rantai pasok ialah selisih dari harga jual produk dengan harga beli produk. Margin pemasaran juga mencerminkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap anggota rantai pasok dan keuntungan yang akan didapat oleh para anggota rantai pasok sebagai balas jasa atas kontribusi yang telah diberikan, biasanya besarnya berbeda-beda tergantung kegiatan atau fungsi yang dilakukan oleh anggota rantai pasok.

Secara umum dapat dilihat dari margin pemasaran kentang dapat disimpulkan bahwa rantai pasok kentang di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang sudah cukup efisien. Meskipun sebaran margin pemasaran nilainya tidak merata mulai dari nol rupiah hingga Rp 3.192

tergantung jumlah saluran pemasarannya, masih dapat dikatakan efisien karena masing-masing lembaga mengambil margin keuntungan yang sedikit. Sedangkan pada

saluran ke empat nilai margin pemasarannya nol karena konsumen langsung membeli kentang di petani.

**Tabel 2.** Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* Kentang di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang

No	Uraian	Saluran			
		1	2	3	4
1	<b>Petani</b>				
	Harga Jual	8.608	8.608	9.200	7.625
2	<b>Tengkulak</b>				
	a. Harga Beli	8.608	8.608		
	b. Harga Jual	8.975	8.966		
	c. Biaya Pemasaran				
	1. Biaya Pengangkutan	90	90		
	2. Biaya Grading/sortasi	50	50		
	3. Biaya Pengemasan	60	60		
	Total Biaya	200	200		
	d. Keuntungan	167	158		
	e. Margin	367	358		
3	<b>Pedagang Besar</b>				
	a. Harga Beli	8.975		9.200	
	b. Harga Jual	9.510		9.510	
	c. Biaya Pengangkutan	120		120	
	d. Keuntungan	415		190	
	e. Margin	535		310	
4	<b>Pedagang Kecil</b>				
	a. Harga Beli	9.510	8.966	9.510	
	b. Harga Jual	11.800	11.800	11.800	
	c. Biaya Pengangkutan	200	200	200	
	d. Keuntungan	2.090	2.634	2.090	
	e. Margin	2.290	2.834	2.290	
5	<b>Konsumen Akhir</b>				
	a. Harga Beli	11.800	11.800	11.800	7.625
	Total Biaya	520	400	320	
	Total Keuntungan	2.672	2.792	2.280	
	Total Margin	3.192	3.192	2.600	
	<i>Farmer's Share</i>	72,9%	72,9%	77,9%	100%

Sumber : Data Primer, 2019

***Farmer's Share***

Dalam penelitian ini, terdapat empat nilai *farmer's share* berdasarkan harga jual akhir kentang dan pembagiannya seperti

pembagian saluran dalam analisis margin pemasaran. *Farmer's share* merupakan persentase dari harga jual kentang yang

diterima petani terhadap harga jual kentang yang dibayar oleh konsumen akhir (Tabel 2).

Hampir semua nilai *farmer's share* di semua saluran nilai cukup besar. Hal ini disebabkan karena margin pemasaran pada setiap salurannya kecil, artinya para anggota rantai pasok mengambil untung dengan sewajarnya. Dari pengamatan margin pada setiap saluran pemasaran para anggota hanya mengambil untung sekitar Rp 300-2.800 per kg dengan rata-rata sekitar Rp 750 per kg yang menyebabkan nilai *farmer's share* cukup tinggi yaitu pada saluran 1 dan 2 sebesar 72,9%, pada saluran 3 sebesar 77,9% dan pada saluran 4, nilai *farmer's share* 100% karena petani langsung menjual kepada konsumen akhir.

Jika nilai *farmer's share* semakin besar berarti mencerminkan rantai pasok yang semakin efisien. Nilai *farmer's share* kebalikan dengan nilai margin pemasaran, semakin besar nilai *Farmer's share* maka nilai margin pemasaran akan lebih kecil. Melihat nilai *farmer's share* pada semua saluran pemasaran kentang memiliki nilai yang tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa rantai pasok kentang di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang sudah efisien.

### **SIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ialah bahwa kondisi rantai pasok kentang di

Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang sudah memiliki target yang jelas. Kinerja rantai pasok kentang yang diukur menggunakan pendekatan efisiensi pemasaran memiliki nilai *farmer's share* sudah diatas 50% untuk semua saluran rantai pasok, setiap saluran rantai pasok memiliki nilai margin pemasaran dan saluran ke empat karena konsumen langsung membeli di petani, serta memiliki nilai *farmer's share* 100% karena pada saluran rantai pasok, lembaga pemasaran memiliki margin nol.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran diantaranya yaitu, petani kentang sebaiknya memilih saluran pemasaran yang lebih efisien untuk meningkatkan keuntungan. Sistem transaksi yang berlangsung pada rantai pasok kentang, sebaiknya dengan cara *cash and carry* dan bukan dengan cara berhutang. Terakhir, perlu ada dukungan pemerintah untuk meningkatkan produksi kentang dengan pembangunan infrastruktur pertanian, bantuan permodalan, pelatihan pasca panen, hingga pelatihan sertifikasi standart kentang sehingga produktifitas semakin tinggi dan dapat memenuhi kebutuhan pasar domestic maupun ekspor.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Andriyanto F, Setiawan B, Riana FD 2013. Dampak Impor Kentang Terhadap

**Wildan Wahyu: Analisis Rantai Pasok...**

- Pasar Kentang Di Indonesia. *HABITAT* Volume XXIV No. 1 Bulan April 2013.
- Asmarantaka R.W. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Bogor: Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Boyer Kenneth K dan Hult G Thomas M 2005. Extending the supply chain: Integrating operations and marketing in the online grocery industry. *Journal of Operations Management*: 23 (2005) 642–661
- BPS dan Direktorat Jendral Hortikultura, 2016. *Produksi Kentang Menurut Provinsi, 2012 - 2016*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- BPS 2015. *Impor Beras Menurut Negara Asal Utama, 2000-2015*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. Jakarta.
- BPS 2015. *Luas Daerah, Jarak Terdekat/Termudah dari Ibukota Kabupaten ke Kecamatan di Kabupaten Magelang dan Ketinggian dari Permukaan Laut, 2015*. Badan Pusat Statistik Magelang. Magelang.
- BPS 2017. *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan Ii-2017*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. Jakarta
- FAOSTAT. 2017. *Food and Agricultural Organization Statistical database, Crop production*. <http://faostat3.fao.org/download/Q/QC/E>. Accessed 4 Agustus 2018
- Hartuti N, Sinaga RM. 1998. *Kripik Kentang Salah satu diversifikasi produk*. Bandung: Balai Penelitian Tanaman Sayuran
- Imanullah MN. 2017. *Petani dalam Perdagangan Pangan Internasional*. Surakarta: PENERBIT PUSTAKA HANIF.
- Masarirambi Michael T, C Farai, Mandisodza, B Arnold, Mashingaidze, dan Bhebhe E. 2012. Influence of Plant Population and Seed Tuber Size on Growth and Yield Components of Potato (*Solanum tuberosum*). *Int. J. Agric. Biol*: Vol. 14, No. 4
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya*. Bogor: Raja Grafindo Persada.
- Yusuf M. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.