

ANALISIS KELEMBAGAAN PEMASARAN APEL ORGANIK DI MALANG RAYA

Bambang Yudi Ariadi¹

ABSTRAK

The research aimed to know: 1) The potency of production sector (farm) of organic apple to market their product in Malang Raya; 2) The involvement of marketing institution in distributing organic apple in Malang Raya; and 3) The marketing efficiency of organic apple in Malang Raya. The research respondents were organic apple farmers and the related marketing institution. The sample was organic apple farmers who were taken by simple random sampling and the marketing institution who were taken by snowball sampling. Data was analyzed descriptively and by marketing margin analysis.

The research result showed that: 1) The production potency of organic apple was high enough, it was indicated by: a) The institution of organic apple producers who guide the farmers routinely; b) The organic manure and pest controller were made by using crops that grow at surrounding; and c) There was a certainty that the marketing institution will buy the yield at the higher price than inorganic apple price. 2) The marketing efficiency at farmer group of 'AKAL' and 'PALAPA' were the same, while those at the marketer level: 'Green Earth' was more efficient than 'MBI'.

1. PENDAHULUAN

Pada dekade terakhir ini konsumen semakin cenderung rasional dalam mengkonsumsi produk-produk pertanian, mereka memperhatikan mutu dari produk pertanian yang dikonsumsi. Faktor kesehatan dan keamanan produk pertanian menjadi prioritas utama., produk yang aman untuk dikonsumsi dan aman bagi kesehatan serta tidak mengandung residu bahan kimia, hormon ataupun bahan-bahan aditif sintetis lainnya.

Dalam satu sisi ketersediaan produk pertanian, guna memenuhi keinginan konsumen yang sehat dan aman dalam kondisi yang stagnan atau bahkan cenderung menurun. Kondisi ini disebabkan oleh teknis budidaya yang tidak ramah lingkungan, sehingga daya dukung lahan semakin menurun, dan ini berakibat pada perilaku dalam memproduksi yang kurang bertanggungjawab. Keadaan ini juga diperparah lagi dengan tataniaga produk pertanian yang tidak efisien, sehingga harga produk pertanian menjadi tidak rasional. Persoalan distribusi produk pertanian dari produsen sampai pada konsumen akhir selalu dituding menjadi persoalan utama

dalam ketersediaan produk pertanian. Dalam beberapa kasus keberadaan lembaga pemasaran dengan fungsi yang melekat dalam arus distribusi produk pertanian ternyata memberikan andil yang cukup besar dalam persoalan ini.

Komoditas hortikultura (apel) bebas pestisida merupakan komoditi unggulan di Malang Raya, selain karena agroklimat wilayah yang mendukung budidaya tanaman ini, juga potensial untuk dijadikan sumber penghasilan bagi pengusaha (petani dan pedagang) serta memberikan kontribusi yang positif bagi produk domestik bruto (PDB) daerah.

Prinsip efisiensi dalam pengelolaan tataniaga apel organik yang optimal perlu mendapat perhatian, hal ini disebabkan; 1) kepastian harga apel organik, 2) kelancaran aliran produk dari produsen ke konsumen, disertai dengan peningkatan nilai guna apel organik, 3) meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Banyak pendekatan yang digunakan dalam tataniaga pemasaran, yaitu pendekatan serba komoditi (*commodity approach*), pendekatan serba lembaga (*institutional approach*), pendekatan serba fungsi (*functional approach*) dan pendekatan teori ilmu ekonomi (*economics theoretical approach*).

¹ Bambang Yudi Ariadi, Jurusan Agrobisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang
Alamat Korespondensi : Perum Bumi Asri Blok N. 26 Sengkaling Malang,
Telp (0341) 460865, Hp. 08123317597,
Email : yudi@umm.ac.id

Pendekatan serba lembaga (*institutional approach*), yaitu pendekatan yang difokuskan pada keterlibatan lembaga pemasaran beserta fungsi yang dijalankan dalam tataniaga apel organik mulai dari produsen sampai pada konsumen akhir. Keterlibatan lembaga pemasaran apel organik perlu dikaji secara mendalam hal ini disebabkan karena 1) apakah lembaga pemasaran yang timbul sesuai dengan keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan konsumen, 2). Mengurangi ketimpangan produksi dan konsumsi yang berakibat harga berfluktuasi, 3) mendorong gairah petani meningkatkan produksi lebih lanjut, 4) pengendalian penjualan apel organik dalam pemasaran, dengan jumlah produksi yang terkendali harga akan dapat dikendalikan sehingga pendapatan petani akan meningkat.

Dengan latar belakang sebagaimana diatas, maka penelitian dengan judul **Analisis Kelembagaan Pemasaran Apel Organik di Malang Raya** perlu dilakukan dalam upaya memberikan masukan dan implementasi dari kebijakan OTODA.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Malang Raya-Jawa Timur. Pertimbangan pemilihan daerah didasarkan karena daerah tersebut merupakan sentra komoditi apel organik di Jawa Timur. Responden penelitian adalah petani apel organik dan lembaga pemasaran yang terkait.(pengumpul, pedagang besar, agen/distributor dan pengecer). Pengambilan contoh terhadap petani apel organik dilakukan secara *simple random sampling* dan terhadap lembaga pemasaran dilakukan secara *snowball sampling*.

Analisis deskriptif melalui hasil wawancara dengan responden petani dan lembaga pemasaran apel organik dilakukan untuk mendeskripsikan hal-hal berikut:

1. Bagaimana perilaku sumber produksi (petani) apel organik di Malang Raya?
2. Bagaimana keterlibatan lembaga pemasaran apel organik dalam pemasaran di Malang Raya ?

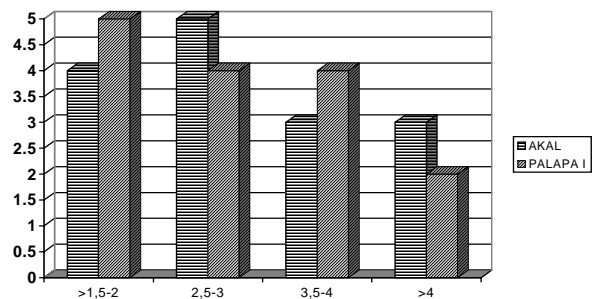
Untuk mengetahui tingkat efisien pemasaran apel organik di Malang Raya didekati dengan analisis margin pemasaran dan elastisitas transmisi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Sumberdaya Apel Organik.

Malang Raya, tepatnya Kota Batu dan Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang merupakan daerah yang potensial untuk tumbuh dan kerkembang tanaman apel. Secara agro-ekologis daerah ini sangat sesuai dengan syarat tumbuh dari tanaman apel. Hal ini dibuktikan dengan praktek budidaya apel yang dilakukan secara turun temurun, baik dalam skala perkebunan maupun dalam skala mikro (penanaman di pekarangan dan halaman rumah). Buah Apel yang berkembang dan sedang dikembangkan di Malang adalah Manalagi, Romebeauty, Anna dan Wangli.

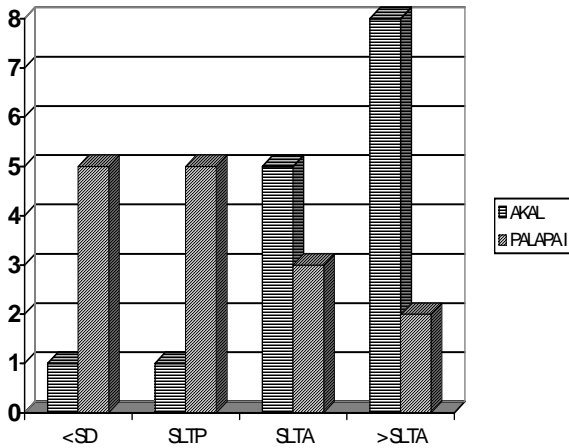
Pengalaman usaha mencerminkan tingkat profesionalitas seseorang dalam menekuni suatu bidang tertentu, dan akan mempengaruhi sikap dan perilaku orang tersebut dalam berusaha tani. Distribusi tingkat pendidikan/pengalaman usaha responden pada kelompok tani “AKAL” dan PALAPA I” dapat dilihat dalam gambar berikut ini.



Gambar 1. Karakteristik petani apel organik berdasarkan pengalaman usaha

Secara kuantitatif petani apel organik pada kedua kelompok tani adalah sudah banyak memiliki pengalaman usaha budidaya apel organik. Kelompok tani “AKAL” lebih banyak sedikit dibandingkan dengan kelompok tani “PALAPA I”. Mereka rata-rata memperoleh pengalaman usaha diperoleh dari orang tuanya dan dari pendidikan formal.

Pendidikan formal sangat penting, mengingat pendidikan memberikan kontribusi terhadap wawasan seseorang. Bersama-sama dengan pengalaman usaha apel organic, maka pendidikan ikut mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang. Berikut ini digambarkan karakteristik kedua kelompok tani berdasarkan tingkat pendidikan formal yang dimiliki

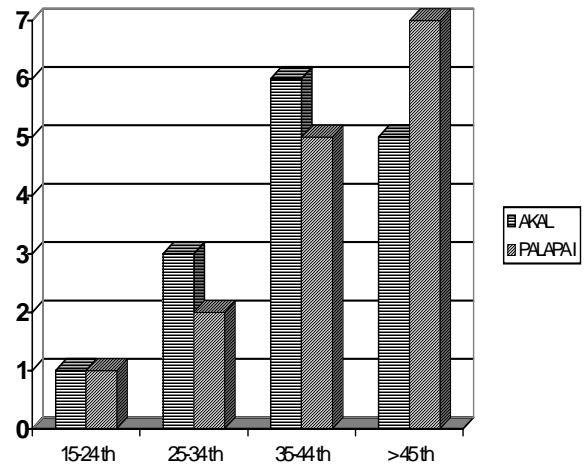


Gambar 2. Karakteristik petani apel organik berdasarkan tingkat pendidikan

Dari gambar 2 diatas Secara kuantitatif petani apel organik mempunyai tingkat pendidikan yang beragam mulai dari SD sampai dengan diatas SLTA (Sarjana). Mereka sebagian besar memiliki tingkat pendidikan diatas SLTA untuk kelompok tani “AKAL” dan Tingkat Pendidikan SLTA untuk kelompok tani “PALAPA I”, keadaan ini akan memberikan implikasi terhadap keragaan usaha mereka.

Dengan tingkat pendidikan yang semakin tinggi, maka wawasan dan pengetahuan petani apel organic makin luas, makin selektif dalam memilih kebutuhan pupuk dan pestisida organic dalam usahataniannya.

Kecakapan petani dalam menjalankan usahatani apel organic salah satunya ditentukan oleh factor umur. Petani yang memiliki umur yang lebih muda akan mempunyai kemampuan lebih tinggi dalam menjalankan aktivitas usahataniannya, hal ini disebabkan oleh kekuatan fisik atau tubuh untuk melakukan aktivitasnya.

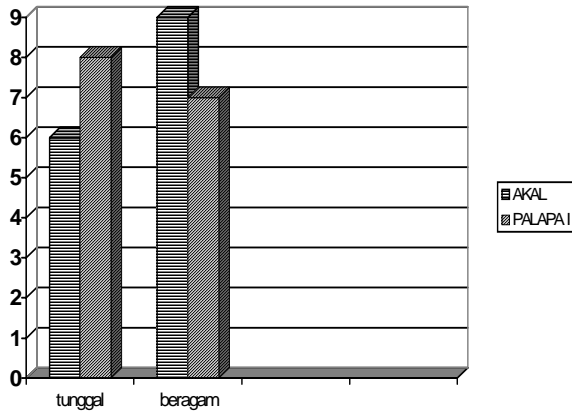


Gambar 3. Karakteristik petani apel organik berdasarkan umur

Gambar 3 diatas menunjukkan secara kuantitatif bahwa petani apel organic di kedua kelompok tani memiliki struktur umur yang hampir sama. Mereka mayoritas berusia > 45 tahun dan jarang atau sedikit berumur 15-24 tahun. Kondisi ini memberikan implikasi pergerakan aktivitas usahatani apel organic relative sama.

Keragaman pekerjaan merupakan variasi pekerjaan (pekerjaan utama atau sampingan) yang dimiliki oleh seseorang dalam kehidupan keluarganya. Keragaman pekerjaan dalam penelitian ini terbagi dua kelompok, yaitu seseorang yang hanya menekuni satu jenis pekerjaan saja, yang dalam hal ini adalah pekerjaan utama sebagai petani, yang selanjutnya disebut dengan pekerjaan tunggal tunggal. Kelompok yang kedua, adalah seseorang yang menekuni dua atau lebih jenis pekerjaan, yaitu menekuni pekerjaan utama dan sampingan, selanjutnya kelompok ini dikategorikan sebagai pekerjaan beragam.

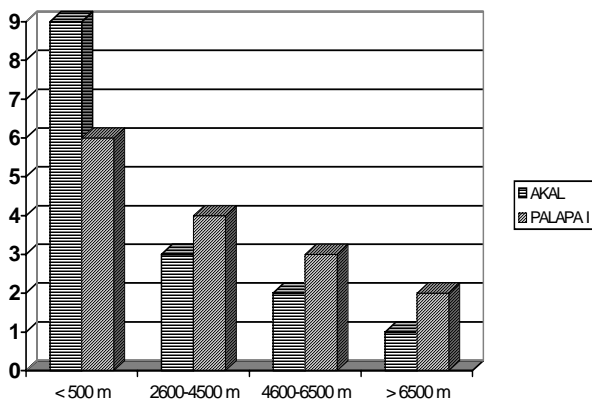
Keberagaman pekerjaan perlu diketahui untuk melihat sejauhmana tingkat keseriusan usaha tani apel organic dilakukan. Semakin tinggi keberagaman pekerjaan yang dilakukan oleh petani, menunjukkan semakin rendah keseriusan usaha yang dijalankan. Keberagaman pekerjaan di dua kelompok tani “AKAL” dan “PALAPA I” dapat dilihat dalam gambar berikut ini.



Gambar 4. Karakteristik petani apel organik berdasarkan keragaman pekerjaan

Gambar 4 diatas menunjukkan secara kuantitatif bahwa petani apel organik di kedua kelompok tani memiliki keragaman dalam pekerjaan. Mereka rata-rata mempunyai lebih dari dua jenis pekerjaan, yaitu selain bekerja sebagai petani apel organik, mereka juga menekuni pekerjaan lain seperti PNS (guru, pamong, tata usaha) dan wiraswasta (bisnis, peternak). Kesibukan mereka bekerja dalam bidang tertentu akan mengurangi kesibukan pekerjaan dalam bidang yang lain. Kondisi ini memberikan implikasi yang negative terhadap potensi produksi apel organik.

Luas pengusahaan dimaksudkan adalah jumlah pohon apel organik yang dikelola seseorang persatuan lahan yang dimiliki. Karakteristik ini juga menggambarkan sejauhmana praktek budidaya apel dilakukan.



Gambar 5. Karakteristik petani apel organik berdasarkan luas pengusahaan

Dalam gambar 5. ditunjukkan, bahwa secara kuantitatif luas pengusahaan apel organik di kedua kelompok tani rendah. Rata-rata usahatani dilakukan dipekarangan atau halaman rumah, tidak ada yang dilakukan diareal kebun (perkebunan). Kondisi ini berimplikasi pada kuantitas dan kontinuitas produksi apel organik yang dihasilkan.

Gambaran umum praktek budidaya apel organik yang sudah turun temurun dilakukan petani di daerah penelitian dapat disajikan sebagai berikut.

Pembibitan

Perbanyakan tanaman apel organik dilakukan secara vegetatif dan generatif. Perbanyakan yang baik dan umum dilakukan adalah perbanyakan vegetatif, sebab perbanyakan generatif memakan waktu lama dan sering menghasilkan bibit yang menyimpang dari induknya. Teknik perbanyakan generatif dilakukan dengan biji, sedangkan perbanyakan vegetatif dilakukan dengan okulasi atau penempelan (budding), sambungan (grafting) dan stek.

Pada teknik penempelan dan penyambungan, syarat batang bawah merupakan apel liar, perakaran luas dan kuat, bentuk pohon kokoh, mempunyai daya adaptasi tinggi. Sedangkan syarat mata tunas atau batang bawah berasal dari batang tanaman apel yang sehat dan memilki sifat-sifat unggul. Pemeliharaan bibit batang bawah meliputi pemupukan, penyiangan, pengairan dan pemberantasan hama/penyakit.

Penanaman

Bibit okulasi *grafting* (penempelan dan sambungan) dapat dipindahkan ke lapang pada umur minimal 6 bulan setelah okulasi, dipotong hingga tingginya 80-100 cm dan daunnya dirompes.

Persiapan selanjutnya adalah persiapan pengolahan tanah. Sebelum tanah diolah dilakukan pegamatan lahan (media tanam), tujuannya adalah untuk mengetahui jenis tanah, kemiringan tanah, keadaan tanah, menentukan kebutuhan tenaga kerja, bahan paralatan dan biaya yang diperlukan. Tanah diolah dengan cara dicangkul dan sekaligus membersihkan sisa-sisa tanaman yang masih tertinggal.

Pengapuran tanah diperlukan untuk menjaga keseimbangan pH tanah. Pengapuran hanya dilakukan apabila pH tanah kurang dari 6. Pupuk yang diberikan pada pengolahan lahan adalah pupuk kandang sebanyak 20 kg per lubang tanam yang dicampur merata dengan tanah, setelah itu dibiarkan selama 2 minggu.

Tanaman apel dapat ditanam secara monokultur maupun *intercropping*. *Intercropping* hanya dapat dilakukan apabila tanah belum tertutup tajuk-tajuk daun atau sebelum 2 tahun. *Intercropping* pada tanaman apel dapat dilakukan dengan tanaman yang berhabitat rendah, seperti cabai, bawang dan lain-lain. Tanaman apel tidak dapat ditanam pada jarak yang terlalu rapat karena akan menjadi sangat rimbun yang akan menyebabkan kelembaban tinggi, sirkulasi udara kurang, sinar matahari terhambat dan meningkatkan pertumbuhan penyakit.

Jarak tanam yang ideal untuk tanaman apel tergantung varietas. Untuk varietas Manalagi adalah 3-3.5 x 3.5 m, sedangkan untuk varietas Rome Beauty dan Anna dapat lebih pendek yaitu 2-3 x 2.5-3 m. Ukuran lubang tanam antara 50 x 50 x 50 cm sampai 1 x 1 x 1 m. Tanah atas dan tanah bawah dipisahkan, masing-masing dicampur pupuk kandang sekurang-kurangnya 20 kg. Setelah itu tanah dibiarkan selama ± 2 minggu, dan menjelang tanam tanah galian dikembalikan sesuai asalnya.

Pemeliharaan Tanaman

Pemeliharaan tanaman yang perlu dilakukan meliputi: penyulaman tanaman yang mati, penyiangan, pembumbunan, pemangkasan, pemupukan, pengairan, pemberantasan hama/penyakit, perempesan dan penjarangan buah.

Pupuk yang digunakan pada usahatani apel organik adalah dengan menggunakan bahan-bahan

alamiah. Pupuk yang digunakan seperti; Guano, Kascing, Kompos dan Kandang diproduksi sendiri. Pemupukan tanaman apel dalam rangka pemeliharaan adalah sangat penting. Pertumbuhan apel ditentukan oleh sejauhmana penggunaan pupuk dan dosis yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan jenis dan dosis pupuk organik yang digunakan disajikan dalam table berikut ini :

Tabel.1 Jenis dan Dosis Pupuk Organik dalam Pemeliharaan Apel.

No	Jenis Pupuk Organik	Dosis (kg/ ha)
1.	Guano	129
2.	Kascing	400
3.	Kandang	10.920

Sumber : Data primer

Cara pemupukan disebar di sekeliling tanaman sedalam ± 20 cm sejauh lebar daun, lalu ditutup tanah dan diairi. Untuk pupuk kandang diberikan sekali setahun (2 x panen) 1-2 pikul setiap pohon pada musim kemarau setelah panen.

Dalam mengendalikan hama dan penyakit secara rutin melakukan penyemprotan. Penyemprotan dilakukan secara rutin dua kali setiap minggu, akan tetapi jika tingkat intensitas serangan hama penyakit tinggi dan waktu musim hujan maka frekuensi penyemprotan akan lebih sering.

Obat yang digunakan untuk memberantas hama penyakit adalah “cem-ceman”. Formula obat ini dibuat sendiri oleh petani dengan menggunakan bahan-bahan yang ada disekitarnya, formula disesuaikan dengan fungsi yang diinginkan, selengkapnya dapat dilihat dalam table berikut.

Tabel.2 Fungsi dan Komposisi bahan untuk membuat Obat-Obatan Apel Organik.

No	Fungsi	Komposisi bahan
1.	Pestisida (ulat)	Daun sirsak, daun tembakau, biji mamba, pupuk agrohayati (difermentasi selama 1 minggu)
2.	Fungisida	Air kelapa, lidah buaya, daun sirih, gladiol, pupuk agrohayati (difermentasi selama 1 minggu)
3.	Jamur	Air serabut, kapur, belerang, jahe, bawang putih (difermentasi selama 1 minggu)
4.	Insektisida	Daun sirsak, daun tembakau, daun minyak kayu putih (difermentasi selama 1 minggu)

Sumber : Data Primer diolah

Panen dan Pasca Panen

Pada umumnya buah apel dapat dipanen pada umur 4-5 bulan setelah bunga mekar, tergantung pada varietas dan iklim. Rome Beauty dapat dipetik pada umur sekitar 120-141 hari dari bunga mekar, Manalagi dapat dipanen pada umur 114 hari setelah bunga mekar dan Anna sekitar 100 hari. Tetapi, pada musim hujan dan tempat lebih tinggi, umur buah lebih panjang. Pemanenan paling baik dilakukan pada saat tanaman mencapai tingkat masak fisiologis (ripening), yaitu tingkat dimana buah mempunyai kemampuan untuk menjadi masak normal setelah dipanen. Ciri masak fisiologis buah adalah: ukuran buah terlihat maksimal, aroma mulai terasa, warna buah tampak cerah segar dan bila

ditekan terasa kres. Pemetikan apel dilakukan dengan cara memetik buah dengan tangan secara serempak untuk setiap kebun. Periode panen apel adalah enam bulan sekali berdasarkan siklus pemeliharaan yang telah dilakukan. Produksi buah apel sangat tergantung dengan varietas, secara umum produksi apel adalah 6-15 kg/pohon.

Memperhatikan umur petik adalah penting, sebab akan menentukan kualitas buah apel yang optimal. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang menarik antara umur petik buah apel atau umur saat buah apel dipanen dengan ketahanan buah apel, sebagaimana terlihat dalam table berikut :

Tabel 3. Varietas, Umur dan Ketahanan Apel.

No	Varietas Buah Apel	Umur Petik (hari)	Ketahanan (hari)
1.	Rome Beauty	113-120	21-28
2.	Manalagi	114	21-28
3.	Anna	100	21-28

Sumber : Data primer diolah

Untuk penyimpanan lebih lama (4-7 bulan), buah apel harus disimpan pada suhu minus 6-0 derajat C dengan precooling 2,2 derajat C. Kemasan yang digunakan adalah kardus dengan ukuran 48 x 33 x 37 cm dengan berat 35 kg buah apel. Dasar dan di atas susunan apel perlu diberi potongan kertas dan disusun miring (tangkai sejajar panjang kotak). Dasar kotak diisi 3-3 atau 2-2 atau berselang 3-2 saling menutup ruang antar buah.

Karakteristik Apel Organik.

Karakteristik atau atribut merupakan cerminan dari apa yang dimiliki oleh suatu produk. Atribut ini

merupakan parameter yang akan dijual oleh produsen. Menurut sifatnya atribut lebih bersifat kualitatif dari produk yang akan dijual. Melihat dari hakekat atribut ini, maka komoditas yang akan dijual pada dasarnya adalah menyesuaikan/ menyerasikan antara keinginan konsumen untuk membeli dan kemauan produsen untuk memenuhinya.

Karakteristik apel organik jenis Manalagi yang diamati meliputi rasa, kerenyahan, ukuran, warna, kondisi kulit, kesegaran, kandungan nutrisi, daya simpan. Secara umum karakteristik dapat dilihat dalam Tabel 4 dan 5.

Tabel 4. Karakteristik Apel Organik Masak fisiologis Jenis Rome Beauty

Atribut/ Dimensi	Karakteristik
Rasa	Manis
Kerenyahan	Renyah
Ukuran	Sedang dan kurang seragam
Warna	Hijau kekuningan
Kondisi kulit	Cerah dan relative lebih halus
Kesegaran	Daging buah putih segar
daya simpan	Lebih lama dibandingkan dengan apel an organik

Sumber : Data primer diolah

Tabel 5. Karakteristik Apel Organik Masak fisiologis Jenis Manalagi

Atribut/ Dimensi	Karakteristik
Rasa	Agak manis
Kerenyahan	Lebih lembut
Ukuran	Sedang dan kurang seragam
Warna	Hijau kemerahan
Kondisi kulit	Cerah dan mulus
Kesegaran	Daging buah putih segar
daya simpan	Lebih lama dibandingkan dengan apel an organic

Sumber : Data primer diolah

Keterlibatan Lembaga Pemasaran dalam Distribusi Apel Organik

Lembaga pemasaran dalam distribusi apel organic merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi apel organic dari produsen kepada konsumen akhir serta memiliki hubungan dengan badan usaha atau idnividu yang lainnya. Keberadaan lembaga pemasaran dikarenakan oleh dorongan atau keinginan konsumen untuk mendapatkan komoditi yang sesuai dengan waktu,tempat dan bentuk yang diinginkan. Keterlibatan lembaga pemasaran apel organic adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan/ keinginan konsumen. Timbal balik dari konsumen adalah memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran.

Bentuk-bentuk keterlibatan lembaga pemasaran apel organik dibagi kedalam tiga kelompok, yaitu :

1. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan menguasai apel organic, tetapi menguasai akses pasar di Malang Raya, contoh; Greend Hearth di Perumahan Griyasantha, MBI di Perumahan Blimbing Indah, Kios Buah.
2. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai apel organik untuk diperjual belikan, contoh Kelompok Tani “AKAL” milik Bapak Imam Gozali dari Kota Batu, Kelompok Tani “Palapa” milik Bapak Ngatemun dari Poncokusumo. Kelompok ini langsung berhubungan dengan petani apel organic mulai dari pembinaan kelompok, usahatani sampai dengan penjualan produknya.

3. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan menguasai apel organik yang diperjual belikan, contoh usaha jasa transportasi.

Kesederhanaan lembaga pemasaran apel organic di Malang Raya ini disebabkan selain karena sifat yang unik dari komoditas ini, juga masih rendahnya permintaan apel organic di Malang Raya. Hasil Penelitian menunjukkan hanya sebageaian kecil produk apel organic yang dihasilkan petani dikonsumsi oleh konsumen Malang Raya (<25% dari total produksi) selebihnya dikonsumsi oleh konsumen diluar Malang Raya (Surabaya, Jakarta dan Kota Besar lainnya).

Walaupun sederhana, lembaga pemasaran apel organic yang terlibat dalam distribusi sampai kekonsumen, keberadaan lembaga pemasaran apel organic di Malang Raya menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu mewujudkan peningkatan nilai “guna” apel organik. Fungsi pemasaran yang dijalankan adalah 1) fungsi pertukaran (*exchange function*); 2) fungsi fisik (*physical function*) dan 3) fungsi penyediaan fasilitas (*facilitating function*).

Fungsi pertukaran dalam pemasaran apel organik meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan. Fungsi pertukaran ini terdiri dari fungsi, yaitu fungsi penjualan dan fungsi pembelian apel organik. Dalam melaksanakan fungsi penjualan, seperti yang dilakukan oleh petani apel organic kepada kelompok tani apel (AKAL dan PALAPA) atau dari kelompok tani apel organic (AKAL dan PALAPA) kepada distributor/agen apel organic selalu memperhatikan kualitas, kuantitas, bentuk dan waktu serta harga yang diinginkan konsumen atau lembaga pemasaran yang ada pada rantai pemasaran berikutnya. Fungsi pembelian dalam pengalihan hak kepemilikan ini diperlukan untuk

memiliki komoditi pertanian yang akan dikonsumsi atau digunakan untuk proses produksi berikutnya.

Fungsi fisik (*physical function*) meliputi kegiatan-kegiatan yang secara langsung diperlukan oleh apel organik, sehingga komoditi ini akan memperoleh tambahan guna tempat dan guna waktu. Fungsi fisik yang dijalankan dalam pemasaran apel organik adalah fungsi pengangkutan, yaitu memindahkan apel organik dari daerah surplus (manfaat apel organik rendah) menuju daerah defisit (manfaat tinggi) atau dari produsen menuju konsumen. Kegiatan dalam fungsi pengangkutan meliputi perencanaan, pemilihan alat-alat transportasi dalam pemasaran apel organik, menghitung resiko kerusakan, dan keadaan jalan.

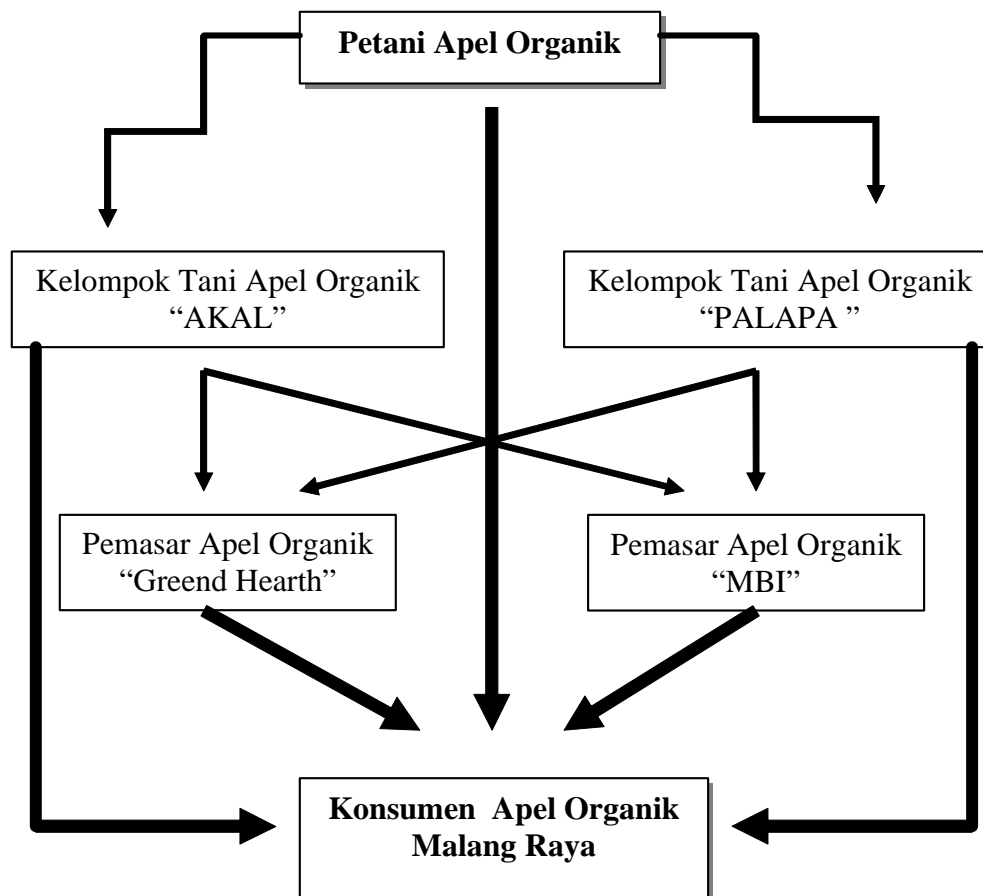
Saluran dan Efisiensi Pemasaran Apel Organik di Malang Raya.

Saluran pemasaran apel organik di Malang Raya secara singkat dapat digambarkan sebagaimana tersaji

Fungsi penyediaan fasilitas (*facilitating function*) pada hakekatnya adalah untuk memperlancar fungsi pertukaran dan fisik. Fungsi ini merupakan usaha perbaikan sistem pemasaran guna meningkatkan efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga. Fungsi penyediaan fasilitas ini meliputi standarisasi, penggunaan resiko, informasi harga dan penyediaan dana.

Standarisasi merupakan salah satu fungsi penyediaan fasilitas untuk menetapkan tingkatan (*grade*) kriteria kualitas apel organik. Penetapan ini didasarkan pada karakteristik atau atribut apel organik, sehingga kepuasan konsumen dan efisiensi pemasaran dapat ditingkatkan.

dalam gambar 2 berikut ini.



Gambar 6. Saluran Pemasaran Apel Organik di Malang Raya

Gambar 6. menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang dilakukan oleh “Greend Hearth” dan “MBI” melalui pengadaan buah apel organik dengan cara melakukan pembelian secara langsung dari kelompok tani (pengepul) “AKAL” dan “PALAPA”. Dua kelompok tani apel organik selain bertindak sebagai pengepul petani apel organik, mereka juga melakukan pembinaan bagaimana melakukan budidaya apel organik,

Kebutuhan konsumen apel organik di Malang Raya dipenuhi oleh pemasar apel organik “Greend Hearth dan MBI, juga dapat melakukan pembelian langsung dari kelompok tani “AKAL” dan

“PALAPA”. Jumlah kebutuhan konsumen Malang Raya masih sangat kecil dibandingkan dengan total produksi yang ada (< 25% dari total produksi dipasarkan di Malang Raya dan > 75% dipasarkan di luar Malang Raya). Rendahnya jumlah kebutuhan ini disebabkan oleh banyak hal, selain harga apel organik yang lebih tinggi dibandingkan dengan non-organik (harga apel organik 3 kali harga apel non-organik) juga oleh kesadaran konsumsi apel organik yang masih rendah.

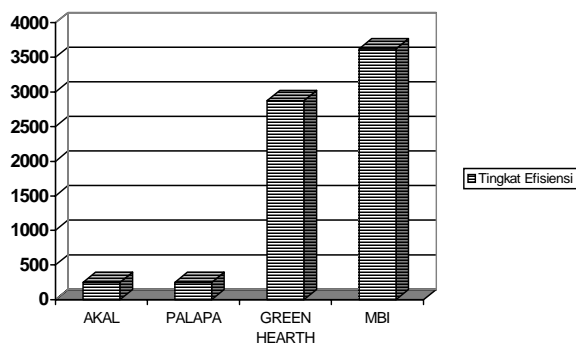
Margin pemasaran apel organik pada masing-masing lembaga pemasaran apel organik disajikan dalam table berikut ini:

Tabel 6. Margin Pemasaran pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran Apel Organik

Lembaga Pemasaran	Harga beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (M)	Elastisitas Transmisi (%)
AKAL	4.500,-	4.750,-	250,-	< 1
PALAPA	3.250,-	3.500,-	250,-	< 1
Greend Hearth	3.875,-	6.750,-	2.875,-	< 1
MBI	3.875,-	7.500,-	3.625,-	< 1

Sumber : Data primer diolah

Margin sebagai indicator menentukan tingkat efisiensi pemasaran, semakin kecil margin pemasaran menunjukkan tingkat efisiensinya semakin tinggi. Table 6 diatas menunjukkan bahwa ditingkat kelompok tani tingkat efisiensinya sama, sementara itu pada pemasar “Greend Hearth tingkat efisiensinya lebih tinggi dibandingkan dengan pemasar “MBI”. Perbedaan tingkat efisiensi ini disebabkan oleh karena perbedaan fungsi pemasaran yang dilakukan dan hal ini berimplikasi pada biaya pemasaran dan harga jual. Perbedaan ini tingkat efisiensi dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 7. Perbedaan Tingkat Efisiensi antar Lembaga Pemasaran Apel Organik

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Daya dukung apel organik dalam skala usahatani adalah cukup besar, hal ini diindikasikan dengan; 1) adanya kelembagaan produsen apel organik yang secara rutin melakukan pembinaan, 2) pupuk dan pestisida dibuat dengan memanfaatkan tanaman yang ada disekitarnya dan 3) adanya kepastian lembaga pemasaran untuk membeli hasil produksi dengan tingkat harga yang lebih tinggi dari apel anorganik.
- Tingkat efisiensi pemasaran di kelompok tani “AKAL” dan “PALAPA” sama, sementara itu ditingkat pemasar “Greend Hearth” lebih efisien dibandingkan dengan “MBI”. Tingkat elastisitas transmisi harga < 1%.

Saran

- Perlu dikaji secara mendalam budaya lokal dalam pengembangan usahatani apel organik.
- Identifikasi terhadap resiko ketidakpastian dalam agribisnis apel organik.

DAFTAR PUSTAKA

Downey, W. David dan Steven Erickson, 1989.
Manajemen Agribisnis. Erlangga, Jakarta.

Halimah W. Kadarsan, 1992. Keuangan Pertanian
dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis.
Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kotler, Philip (1994). Marketing Management:
Analysis, Planning, Implementation and Control.
Eighth Edition. Prentice Hall International, New
Jersey – USA.

Malhotra, Naresh K., 1993. Marketing Research.
Prentice-Hall Inc., New Jersey – USA.

Walker, etc., 1992. Marketing Strategy, Planning and
Implementation. Richard D. Irwin, Inc. Boston
– USA.