

ANALISIS TATANIAGA SALAK PONDOH (*Salacca edulis* Reinw) DI DESA SIGEBLOG KECAMATAN BANJARMANGU KABUPATEN BANJARNEGARA

Agit Dwi Cahyo, Pujiharto, dan Watemin

Fakultas pertanian

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Masuk: 10 Oktober 2016; Diterima: 3 Desember 2016

ABSTRACT

This research aimed to find out marketing system pattern channel, to find the marketing system so the margin on of marketing salak pondoh, and to know the farmer share. Method of this research used survey, 45 farmers and 10 trader salak pondoh as respondents take using purposive sampling. The research was conducted for four month from April to July 2016.

Result of this research showed that there were five pattern of trading system salak pondoh, the margin trading for each pattern of trading system was so different in size affected by several factor such as length link of trading system, the cost of trading system, and marketing purposes, the prices received by farmers (farmer share) in every pattern trading system were different, it was affected by the sales price in urban farmers and the selling price level in last consumer. The biggest margin trading system was in the third pattern of trading system with total margin Rp.3.000 per kilogram, and the pattern or trading system having smallest margin was the smallest margin is the pattern trading system to 1 with a total the margin Rp. 1.000 per kilogram, the share received by farmers (farmer share) of trading system of salak pondoh in Sigeblog is the greatest pattern of trading system 1 with 76,7%, and the smallest is in a patern of trading system 3 with 52,4%.

Keywords: *farmer share, margin*

PENDAHULUAN

Pengembangan produk hortikultura merupakan salah satu aspek pembangunan pertanian. Tanaman yang termasuk dalam tanaman hortikultura yaitu sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias dan tanaman obat-obatan. Permintaan produk buah-buahan di pasar dunia cenderung (*trend*) terus meningkat dari tahun ke tahun. Pola perdagangan buah-buahan internasional antara lain ditentukan oleh tingkat konsumsi komoditas tersebut di setiap negara di dunia. Pasar buah-buahan dalam negeri sekarang sudah banyak

diramaikan oleh masuknya buah-buahan impor yang cenderung tidak terbendung seperti jeruk sunkist, apel Washington dan masih banyak lagi. Salak adalah salah satu tanaman buah-buahan asli Indonesia yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat. Sampai saat ini banyak dijumpai jenis salak yang berkembang luas dan agak spesifik dikaitkan dengan daerah pembudidayaannya, misalnya salak condet (Jakarta), salak padangsidempuan (Medan), salak pondoh (Banjarnegara, Wonosobo, Sleman/Yogyakarta), salak wedi (Bojonegoro), salak bangkalan

(Madura), salak kacuk (Malang), salak bali (Karangasem) dan sebagainya (Ashari, 1995).

Buah salak adalah salah satu jenis komoditas yang banyak ditanam di Indonesia dan pada khususnya di Kabupaten Banjarnegara. Buah salak merupakan salah satu komoditas unggulan Kabupaten Banjarnegara. Tanaman salak sudah sejak dahulu menjadi tanaman asli dan berkembang di Kabupaten Banjarnegara. Pengembangan salak pondoh di Banjarnegara dengan cara pengembangan vegetatif, dengan tetap mempertahankan tanaman salak jantan dari tanaman asli Banjarnegara. Salak pondoh yang dikembangkan di Kabupaten Banjarnegara bermacam jenisnya, beberapa diantaranya yaitu salak pondoh super, salak pondoh hitam, salak pondoh gading, salak pondoh nglumut yang berukuran besar. Lokasi tanaman salak pondoh di Kabupaten Banjarnegara tersebar di Kecamatan Sigaluh, Madukara, Banjarmangu dan Banjarnegara. Beberapa kecamatan lain belum dapat dijadikan sebagai sentra, namun potensi lahan dan kondisi lingkungan sangat mendukung, (Setyo, 2009).

Salak pondoh cenderung mempunyai rantai tataniaga yang cukup panjang. Oleh karena itu, salah satu cara untuk meningkatkan harga di tingkat petani adalah dengan mencari rantai

tataniaga yang paling efisien. Produksi salak pondoh di Banjarnegara setiap tahunnya mengalami peningkatan dengan pertumbuhan produksi yang cukup signifikan, pemasaran dari produksalak pondoh cukup kompleks karena banyak lembaga pemasaran yang berperan dalam tataniaga salak itu sendiri, dari pedagang pengumpul kecil desa, pedagang pengumpul besar, serta pedagang di pasar induk salak di Banjarnegara, salak produksi dari petani di Desa Sigeblog dalam pemasarannya yaitu dari panen pada petani ke pedagang pengumpul ataupun dijual langsung ke pasar induk salak di Kabupaten Banjarnegara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Sigeblog, Kecamatan Banjarmangu, Kabupaten Banjarnegara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive*. Responden diambil menggunakan metode *purposive sampling* dan ditentukan berjumlah 45 petani dan 10 pedagang salak pondoh. Penelitian dilakukan selama empat bulan, yaitu mulai bulan April hingga Juli 2016.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian pola saluran tataniaga komoditas salak pondoh, dimulai dari petani produsen sampai pada

pedagang pengecer atau pedagang luar daerah yang langsung berhubungan dengan konsumen akhir salak pondoh, terbentuk lima saluran tataniaga salak pondoh yang ada di Desa Sigeblog, yaitu:

Pola 1: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pasar Induk Banjarnegara → Konsumen

Pola 2: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Luar Daerah I → Konsumen

Pola 3: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Luar Daerah II → Konsumen

Pola 4: Petani → Pedagang Besar → Pedagang Luar Daerah I → Konsumen

Pola 5 : Petani → Pedagang Besar → Pedagang Luar Daerah II → Konsumen.

Margin tataniaga yang terdapat pada tiap saluran tataniaga berbeda-beda, total margin dari pola tataniga ke-I yaitu sebesar Rp.1.000, total keuntungan sebesar Rp.623 per kilogram dengan biaya tataniaga sebesar Rp.373. Total margin pada pola tataniaga ke-II sebesar Rp.2.400 per kilogram, total keuntungan sebesar Rp.1.212 per kilogram, dengan total biaya yang ditanggung sebesar Rp.1.188 per kilogram. Total margin pada pola tataniaga ke-III sebesar Rp.3.000 per kilogram, total keuntungan sebesar Rp.1.540 per kilogram, dengan total biaya

yang ditanggung sebesar Rp.1.460 per kilogram, total margin pada pola tataniaga ke-IV sebesar Rp.2.300 per kilogram, total keuntungan sebesar Rp.1.222 per kilogram dengan total biaya yang ditanggung sebesar Rp.1.078 per kilogram, total margin pada pola tataniaga ke-V sebesar Rp.2.900 per kilogram, total keuntungan sebesar Rp.1550 per kilogram, dengan total biaya yang ditanggung adalah sebesar Rp.1.350 per kilogram.

Bagian harga yang diterima oleh petani atau *farmer's share* merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen atau harga penjualan pada suatu tingkat lembaga tataniaga tertinggi, besarnya (*farmer share*) berbeda-beda pada setiap pola salurannya. Pada pola saluran I, bagian harga yang diterima oleh petani adalah sebesar 76,7%, pada pola saluran tataniga ke-II, bagian harga yang diterima oleh petani sebesar 57,9%, pada pola saluran tataniga ke-III, bagian harga yang diterima oleh petani sebesar 52,4%, pada pola saluran tataniga ke-IV, bagian harga yang diterima oleh petani sebesar 59,6% pada pola saluran tataniga ke-V, bagian harga yang diterima oleh petani sebesar 54,0%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan di atas dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Saluran tataniaga salak pondoh di Desa Sigeblog Kecamatan Banjarmangu Kabupaten Banjarnegara terdapat lima saluran tataniaga.
2. Dari saluran tataniga yang ada di Desa Sigeblog, margin tataiaga yang paling yang besar terdapat pada pola tataniga ke III dengan total margin sebesar Rp.3.000 per kilogram, dan pada pola tataniaga yang memiliki margin paling kecil adalah pola tataniga ke I dengan total margin sebesar Rp.1.000 per kilogram.
3. Bagian yang diterima petani (*farmer share*) dari tataniga salak di Desa Sigeblog yaitu, yang paling besar yaitu pada pola tataniaga I sebesar 76,7%, dan yang paling kecil yaitu pada pola tataniaga III sebesar 52,4%.

Saran

Dari hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk petani dapat memilih saluran tataniaga ke I, karena pada saluran ini memiliki nilai *farmer share* yang paling tinggi.
2. Ketika seseorang akan menjadi seorang pedagang salak maka pilihlah pedagang besar atau pengirim, karena akan men-

dapatkan keuntungan yang paling tinggi dibandingkan dengan pedagang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, S. 1995. *Hortikultura Aspek Budidaya*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Setyo Bangun Suharto, Lili Angraeni., Adi Turokhan. 2009. *Salak Pondoh Langsung Banjarnegara*. Percetakan Rejeki Banjarnegara.
- Soekartawi.1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teoridan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.