

TATANIAGA KENTANG SUMATERA BARAT KELUAR DAERAH

Studi kasus di Kecamatan Banuhampu Sungai Puar
Kabupaten Agam ke Pakan Baru

Oleh:
Buharman B*)

Abstrak

Kentang termasuk komoditi pangan yang cukup penting karena merupakan sumber protein dan karbohidrat yang tinggi. Konsumsi kentang di Indonesia relatif rendah (1 kg/kapita/tahun) dibanding negara lain. Perkembangan penduduk dan perbaikan pendapatan merupakan faktor penunjang dalam meningkatkan produksi, tetapi sebaliknya produksi kentang di Sumatera Barat dalam 5 tahun terakhir tidak menunjukkan peningkatan yang berarti. Rendahnya harga dan meningkatnya biaya masukan dianggap sebagai penyebab tidak meningkatnya produksi. Pembuktian lebih lanjut dari anggapan ini dilihat dengan melakukan analisa biaya produksi serta analisa penyebaran harga dari produsen hingga konsumen.

Dari biaya korbanan langsung sebesar Rp. 844.650,00 diperoleh keuntungan Rp 594.190,00 ($B/C = 1,7$), pada tingkat produksi rata-rata 8,39 ton/ha. Saluran utama dalam tataniaga kentang terdiri atas 4 mata rantai. Analisa penyebaran hanya menunjukkan bahwa besarnya margin petani adalah 64,15 persen pada level harga Rp. 170,00/kg margin biaya 19,73 persen dan margin keuntungan 16,12 persen. Biaya tataniaga sebagian besar diserap untuk transport cost disamping itu selama pemasaran terjadi penyusutan sebesar 8,5 persen.

Ringkasan

Kentang sebagai sayur-sayuran mempunyai peranan penting, karena merupakan sumber karbohidrat dan protein yang tinggi. Konsumsi kentang di Indonesia masih rendah yakni 1 kg/kapita/tahun. Konsumsi ini akan meningkat sejalan dengan laju pertumbuhan penduduk dan pendapatan yang tinggi. Permintaan konsumen yang meningkat ini harus diikuti oleh peningkatan produksi. Hal ini merupakan kesempatan baik untuk meningkatkan produksi kentang pada berbagai daerah penghasil kentang termasuk Sumatera Barat.

Perkembangan produksi kentang di Sumatera Barat dalam lima tahun terakhir ini kurang menggembirakan, produksi berkisar hanya 10 ribu ton per tahun. Kedudukan daerah ini sebagai penghasil kentang akan lebih penting lagi dalam memenuhi konsumsi daerah sekitarnya. Hal ini ditunjang oleh perkembangan prasarana dan sarana yang cukup

baik saat ini sehingga biaya tataniaga menjadi relatif kecil dan dapat mencapai konsumen dalam waktu lebih cepat.

Analisa penyebaran harga kentang dalam tataniaga dilakukan di Kecamatan Banuhampu sungai. Puar hingga konsumen di Pakan Baru (Riau). Analisa ini bertujuan untuk melihat tingkat penerimaan petani kentang dan kaitannya dengan sistem tataniagar yang ada. Pemilihan lokasi didasarkan atas pertimbangan bahwa kecamatan ini merupakan daerah penghasil utama komoditi kentang di Sumatera Barat, yang mana produksinya sebagian besar dijual ke Riau. Dengan demikian permintaan konsumen terbesar ini akan mempengaruhi harga jual petani di daerah sentra produksi dimana kentang tersebut dihasilkan.

Margin tataniaga yang dibahas dalam analisa ini akan mencerminkan penyebaran

*) *Anggota Kelompok peneliti Agro-Ekonomi
Balittan Sukarami*

harga mencakup semua biaya serta keuntungan lembaga niaga mulai dari pedagang pengumpul hingga pengecer. Harga yang dibayar konsumen ditingkat eceran untuk komoditi kentang merupakan harga yang diterima petani sebagai imbalan dari hasil usahatani dan imbalan yang diperoleh lembaga niaga sebagai hasil dari fungsi tataniaga yang dilakukan. Kebijakan perbaikan dalam tataniaga juga menyangkut perbaikan produksi dan konsumsi. Oleh karena itu dalam penelitian ini juga dilihat besarnya biaya produksi langsung yang dikeluarkan petani.

Produksi kentang di tingkat petani mencapai 8.390 kg/ha dengan kebutuhan bibit 1.048 kg. Dari total nilai produksi sebanyak Rp 844.650,00 diperoleh pendapatan bersih Rp 594.190. Produksi kentang sifatnya tidak memperlihatkan produksi musiman yang terlalu menyolok, melainkan besarnya hampir merata setiap bulan. Namun demikian harga kentang di tingkat petani masih bervariasi antara Rp 150,00 s/d Rp 220,00 per kg. untuk kualitas yang sama. Saluran tataniaga yang dominan saat ini adalah: Petani produsen — pedagang pengumpul — pedagang antar daerah — pedagang pengecer — konsumen. Jumlah mata rantai ini untuk pemasaran dalam daerah tidak banyak berbeda. Berdasarkan analisa penyebaran harga dari produsen ke konsumen di Pakan-Baru, diperoleh margin petani sebesar 64,15 persen dengan harga rata-rata Rp. 170,00/kg kentang. Margin biaya 19,73 persen dan margin keuntungan 16,12 persen. Sebagian besar biaya tatanigara diserap untuk biaya angkutan. Disamping itu penyusutan mencapai 8,5 persen.

Permintaan konsumen terhadap kentang masih rendah, kenyataan ini dapat dilihat dari kecilnya volume penjualan pedagang pengecer. Gambaran distribusi biaya tataniaga di atas ternyata cukup efisien, walaupun dalam keadaan tertentu margin petani lebih kecil dari persentase di atas. Dengan demikian usaha dalam meningkatkan produksi kentang harus diikuti usaha peningkatan permintaan konsumen. Perluasan pasar berupa pendekatan terhadap potensil demand dan konsumen institusional perlu diperhatikan. Hal ini dimaksudkan agar peningkatan produksi yang dicapai juga dapat memperbaiki pendapatan produsen selain usaha perbaikan gizi masya-

rakat yang bersumber dari sayur-sayuran khususnya kentang.

Pendahuluan

Komoditi kentang sebagai sayuran mempunyai peranan penting karena merupakan sumber karbohidrat yang tertinggi dibanding dengan jenis tanaman pangan lainnya, serta mengandung protein bermutu tinggi (\pm per-5 sen). Konsumsi kentang di Indonesia masih rendah baru mencapai 1 kg/orang/tahun, sedangkan konsumsi kentang di Birma telah mencapai 2 kg/orang/tahun. Konsumsi kentang ini akan meningkat sejalan dengan laju pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan ekonomi. Peningkatan ini diperkirakan besarnya mencapai 10 persen per tahunnya. Besarnya elastisitas pendapatan atas permintaan untuk komoditi sayur-sayuran (termasuk kentang) di daerah pedesaan dan perkotaan adalah 0,87 (Mubyarto, 1977).

Produksi kentang di Sumatera Barat tahun 1979 mencapai 10.314 ton dengan luas panen 987 ha. Besarnya produksi kentang mencapai 18 persen dari total produksi sayur-sayuran yang dihasilkan dari daerah ini. Selama 5 tahun terakhir ini produksi kentang memperlihatkan perkembangan yang hampir sama (Lampiran 1). Produksi ini disamping dikonsumsi di daerah ini juga diperdagangkan ke luar daerah (Riau dan Jambi) bersama jenis sayur-sayuran lainnya yang jumlahnya meningkat setiap tahun (Lampiran 2).

Usaha peningkatan produksi berarti meningkatkan pendapatan petani serta meningkatkan pemasaran, karena produksi tanaman sayur-sayuran bukan ditujukan untuk memenuhi konsumsi keluarga melainkan diusahakan dengan orientasi pasar. Terbatasnya pasaran masih merupakan hambatan dalam bidang peningkatan produksi, disamping hambatan-hambatan lain yang juga mempengaruhi. Faktor pembatas yang harus mendapat perbaikan dalam mekanisme ini adalah: sarana/alat transport, penyimpanan, teknologi lepas panen serta mekanisme harga. Kesemua faktor pembatas yang dikemukakan di atas termasuk dalam ruang lingkup tataniaga, yakni pada tahap hasil produksi bergerak dari produsen ke konsumen akhir (Badan Litbang Pertanian, 1979).

Masalah utama yang dihadapi dalam tata-niaga sayur-sayuran ialah harga yang diterima petani sebagai produsen berbeda sangat besar dengan harga yang dibayar konsumen. Dalam batas-batas tertentu keadaan ini dapat dipahami karena sifat dari komoditi yang perishable (mudah rusak) serta memerlukan ruang yang lebih besar (bulky, volumneous). Tetapi disamping itu ialah masih adanya permainan yang berupa "price leadership" dan "oligopoli" yang semakin memperbesar perbedaan harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayar konsumen. Perbedaan yang besar ini mempunyai kaitan langsung dengan usaha peningkatan produksi oleh petani karena harga yang diterima petani sebagai imbalan dari biaya produksi yang dikeluarkan tidak memberikan keuntungan yang wajar.

Produksi dan tataniaga mempunyai kaitan yang erat dan tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya. Dalam hubungan ini petani sebagai produsen dan lembaga niaga dengan segala fungsi tataniaga yang dilakukannya masing-masing mempunyai peranan/kontribusi yang menentukan dan saling mempengaruhi. Untuk mengetahui besarnya peranan yang diberikan oleh lembaga niaga dalam menyampaikan produksi yang dihasilkan petani sampai ke tangan konsumen akhir, perlu ditelusuri arus pengaliran komoditi (kentang) menurut saluran yang dominan terjadi dalam sistem tataniaga yang ada saat ini. Langkah ini ditempuh untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh dalam penyampaian komoditi kentang ke konsumen akhir.

Pendekatan yang ditempuh dalam penelitian ini berupa study kasus yakni "Tataniaga kentang dari Sumatera Barat ke luar daerah" dengan kasus di Kecamatan Banuhampu Sungai Puar ke Pekan Baru. Dari hasil penelitian diharapkan dapat memperoleh gambaran tentang faktor-faktor yang berpengaruh dalam peningkatan produksi dan pemasaran terutama dalam daerah penelitian, sebagai langkah untuk perbaikan dan penyempurnaan lebih lanjut.

Tinjauan Pustaka

Produksi kentang yang dihasilkan petani

masih rendah (rata-rata 11 ton/ha), dibanding produksi yang dicapai dari hasil penelitian (LPH) yaitu sebesar 30 ton/ha. Rendahnya produksi yang dicapai petani ini disebabkan beberapa faktor yang menghambat. Hambatan ini adalah berupa hambatan biologi dan hambatan sosial ekonomi. Termasuk hambatan biologi di sini adalah; varitas yang digunakan, tanaman pengganggu, serangan hama/penyakit, persoalan tanah, ketersediaan air dan kesuburan tanah. Sedangkan hambatan sosial ekonomi adalah; biaya dan pendapatan, kredit dalam usahatani, tradisi dan tingkah laku petani, pengetahuan tentang usahatani dan ketersediaan sarana produksi serta kelemagaan petani De Delta, 1978).

Dalam bidang usahatani sayur-sayuran, faktor biaya dan pendapatan ini merupakan faktor yang paling menentukan. Harga hasil usahatani yang diterima petani produsen merupakan perangsang untuk berproduksi selanjutnya. Kalau petani menerima harga penjualan yang baik petani akan berusaha untuk berproduksi lebih banyak lagi, demikian pula jika harga turun akan terjadi sebaliknya. Hal yang sama juga berlaku dalam tingkah laku konsumen, kalau harga yang dibayarnya tidak terlalu mahal maka konsumen akan membeli lebih banyak sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan.

Produksi hasil-hasil pertanian yang dipasarkan pada umumnya melalui mata rantai yang panjang. Mulai dari produsen ke konsumen terdapat 5—7 rantai tataniaga, dimana setiap mata rantai itu menghendaki tingkat keuntungan tertentu. Sehingga dengan demikian harga yang terjadi pada masing-masing tingkat lembaga niaga dipengaruhi jalur biaya dari tataniaga itu sendiri. Kalau penyaluran barang dari produsen ke konsumen dilakukan kurang efisien akan merugikan salah satu pihak. Petani akan menerima harga yang rendah terhadap hasil produksinya, di lain pihak konsumen akan membayar harga yang tinggi terhadap hasil petani tersebut. Mata rantai/saluran tataniagar dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: (a) Jarak antara produsen dan konsumen (b) Skala produksi (c) Skala konsumsi (d) Keadaan keuangan (e) Luasnya usaha penjual serta perlunya penggunaan fasilitas khusus untuk mengusahakan barang

tersebut. Makin jauh jarak antara produsen dengan konsumen makin panjang saluran yang harus dilalui oleh komoditi yang bersangkutan.

Jelas bahwa besarnya marketing margin dipengaruhi oleh jalur tataniaga komoditi yang bersangkutan. Perbedaan harga (marketing margin) ini merupakan penyebaran harga yang mencakup semua biaya pergerakan barang dan keuntungan yang didapat oleh pedagang perantara mulai dari pedagang pengumpul sampai ke pedagang pengecer. Biaya ini adalah jasa yang diberikan oleh pedagang pengumpul di tingkat petani, pengolahan, penyimpanan, pengangkutan, pedagang besar dan pedagang pengecer. Harga yang dibayar oleh konsumen di tingkat eceran untuk komoditi ini adalah merupakan harga yang diterima petani (farmer's share) sebagai imbalan dari hasil usahatani dalam menghasilkan produk dan imbalan yang diperoleh lembaga niaga sebagai hasil dari fungsi tataniaga yang dilakukan.

Sifat umum dari margin tataniaga ini adalah; (1) Margin tataniaga berbeda-beda antara satu komoditi dengan komoditi hasil pertanian lainnya. Hal ini disebabkan karena perbedaan jasa yang diberikan pada berbagai komoditi, mulai dari pintu gerbang petani sampai ke tingkat pengecer untuk konsumen akhir. (2) Margin tataniaga hasil pertanian cenderung akan naik dalam jangka panjang dengan menurunnya bahagian harga yang diterima petani, dengan alasan (2.1) Pengolahan dan jasa-jasa tataniaga cenderung mempergunakan padat karya, sehingga efek kenaikan upah buruh dalam jangka panjang lebih besar. (2.2) Bertambah tinggi pendapatan masyarakat akibat kemajuan ekonomi, dimana konsumen lebih menginginkan kualitas daripada kuantitas. (3) Margin tataniaga relatif stabil dalam jangka panjang terutama dalam hubungannya dengan fluktuasi harga produk hasil pertanian. Stabilitasnya margin tataniaga ini disebabkan dominannya faktor upah buruh dan tingkat keuntungan lembaga niaga yang relatif konstan persentasenya, dibanding dengan besarnya fluktuasi harga (Azzainno, 1981).

Metoda Penelitian

Tempat dan Waktu.

Penelitian dilaksanakan dalam Kecamatan Banuhampu Sei. Puar, Kabupaten Agam. Dipilihnya kecamatan ini didasarkan karena merupakan daerah sentra produksi sayur-sayuran dataran tinggi khususnya kentang. Tanaman kentang telah cukup lama diusahakan sebagai pergiliran tanaman setelah padi sawah bersama tanaman lainnya. Disamping itu kecamatan ini mempunyai keadaan prasarana dan sarana yang relatif baik serta terletak dekat daerah konsumen-konsumen kota (5 km) dari Bukittinggi. Mengingat produksi kentang dan sayur-sayuran lainnya sebagian dibawa ke luar daerah terutama ke Pakan Baru, maka berdasarkan arus pengaliran komoditi (flow of commodity) ini, ditelusuri sampai tingkat pedagang eceran di Pakan Baru.

Waktu pelaksanaan adalah Desember 1981 sampai dengan Januari 1982.

Metoda Penelitian.

Metoda penelitian yang dipakai adalah berupa studi kasus (Tekon, I.B. 1973). Responden yang dipilih terdiri atas dua kelompok yakni petani produsen dan lembaga niaga. Pengambilan contoh petani dan lembaga niaga adalah "Purposive Sampling". Petani contoh yang dipilih adalah petani yang telah melakukan panen dan sekaligus memasarkan hasil pada waktu penelitian. Jumlah petani contoh sebanyak 30 petani tersebar dalam kecamatan. Lembaga niaga diambil sebanyak 15 responden untuk masing-masing jenis.

Pengumpulan data.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan pengamatan langsung di lapangan, dengan mendatangi responden di tempat masing-masing. Data sekunder diperoleh dari Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Agam dan Kantor lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Analisa Data.

Analisa data dilakukan dengan 2 cara yakni (1) Perhitungan usahatani dan (2) Analisa penyebaran harga dari produsen ke konsumen. Model perhitungan masing-masing adalah:

(1) Biaya produksi usahatani.

$$C = \sum_{i=1}^m X_i \cdot H_{X_i}$$

dimana:

C = Total biaya

X_i = Biaya faktor produksi i ($i = 1, 2, \dots, m$; m = jumlah faktor produksi yang digunakan).

H_{X_i} = Harga satuan faktor produksi.

Dengan mengetahui besarnya nilai biaya produksi dalam usahatani, dapat ditentukan besarnya pendapatan dari besarnya produksi yang diperoleh.

(2) Analisa penyebaran harga (Farm's Retail Spread).

Menghitung besarnya biaya pemasaran (Marketing margin) digunakan rumus;

$$M = \sum_{i=1}^m C_i + \sum_{j=1}^n \pi_j$$

dimana:

M = Marketing margin (mark up)

C_i = Biaya marketing i ($i = 1, 2, 3, \dots, m$; m = jumlah jenis pembiayaan).

π_j = Keuntungan yang diperoleh lembaga niaga j . ($j = 1, 2, 3, \dots, n$; n = jumlah lembaga niaga yang ikut ambil bagian dalam proses marketing tersebut).

Dengan menggunakan persamaan ini dimana rata-rata C_i dan π_j dikumpulkan melalui survey, maka marketing margin untuk setiap jenis jalur marketing dapat dihitung. Dengan demikian bagian yang diterima petani dari harga eceran dapat pula ditentukan.

Kadaan umum.

Dalam sistem tataniaga hasil-hasil pertanian yang efisien ditandai oleh besarnya bagian (Farmer's share) harga yang diterima sebagai imbalan dari pengorbanan yang dikeluarkan petani dalam menghasilkan komoditi tertentu. Besarnya bagian yang diterima ini akan tercermin apabila dihubungkan dengan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi komoditi tersebut. Oleh karena itu

dalam pembahasan ini juga dikemukakan analisa usahatani sebagai sistem produksi yang merupakan awal dari kebijaksanaan tataniaga secara keseluruhan.

Kecamatan Banuhampu Sungai Puar sebagai daerah penghasil sayuran dataran tinggi, dapat menghasilkan kentang sepanjang musim. Walaupun produksi yang dihasilkan setiap bulan bervariasi, tetapi tidak memperlihatkan fluktuasi produksi musiman yang terlalu besar (Lampiran 3). Disamping kentang petani juga mengusahakan sayur-sayuran lainnya baik sebagai pergiliran tanaman setelah kentang atau padi sawah maupun pada waktu yang bersamaan, terutama bagi petani yang mempunyai lahan yang cukup (Lampiran 4). Pemilihan jenis tanaman yang diusahakan ini lebih banyak dipengaruhi oleh situasi harga pasaran dimana petani cenderung mengusahakan jenis tanaman yang lebih menguntungkan. Tanaman kentang sebagaimana tanaman sayur-sayuran lain umumnya diusahakan pada lahan sawah. Luas sawah yang ditanami padi bersama tanaman sayur-sayuran ini adalah 2.227 ha. Intensitas penggunaan lahan (Cropping Intensity) berada antara 200-300%, karena selama 2 tahun dapat ditanami 5 kali yaitu 3 kali dengan sayur-sayuran dan 2 kali dengan padi sawah.

Status pemilikan lahan untuk usahatani kentang di daerah ini juga dikenal sistem sewa. Besarnya nilai sewa secara umum dalam satu tahun adalah sebesar hasil panen padi dalam satu musim. Dapat ditanami dengan sayur-sayuran selama tiga kali tanam.

Pemakaian input produksi.

1. Bibit

Petani kentang cenderung memakai bibit yang bukan berasal dari panen sebelumnya yang mereka hasilkan, melainkan lebih banyak harus dibeli dari pedagang. Asal bibit didatangkan dari Kabupaten Kerinci dari jenis Eigenhammer, sedangkan kentang introduksi yang pernah diperkenalkan di daerah ini beberapa tahun yang lalu tidak berkembang dengan baik. Hal ini disebabkan mutu hasil yang kurang disukai oleh konsumen karena ukuran hasil yang terlalu besar serta kadar air yang cukup tinggi. Menurut pengalaman petani menunjukkan bahwa bibit yang berasal

dari jenis Kerinci (Eigenhammer) ini lebih tinggi produksinya dibanding dengan produksi kentang yang bibitnya dihasilkan oleh petani setempat dari jenis sama. Dengan demikian harga bibit jenis Kerinci ini lebih mahal, walaupun demikian petani banyak menggunakannya.

2. Pupuk

Jenis pupuk yang banyak digunakan adalah Urea dan TSP dan telah digunakan oleh semua petani dengan dosis tinggi, yakni 200–930 kg Urea dan 250–800 kg TSP/ha. perimbangan (kombinasi) pemakaian kedua jenis pupuk ini untuk masing-masing petani masih berbeda. Selain pupuk Urea dan TSP. juga digunakan pupuk KCL dan SS. tetapi hanya dipakai oleh 20% petani contoh dengan dosis pemakaian 262,5 kg KCL dan 227,5 kg SS/ha. Pemakaian pupuk kandang belum banyak dijumpai, karena masih terbatasnya jumlah pupuk kandang yang dihasilkan oleh petani sendiri sebagai hasil sampingan dari pemeliharaan ternak. Pemakaian pupuk kandang baru dalam dosis rendah.

3. Obat-obatan

Dosis insektisida yang digunakan rata-rata mencapai 13,5 liter/ha dari berbagai jenis. Tingginya penggunaan ini bukan pertanda dari beratnya serangan hama/penyakit. Penggunaan ini bukan saja ditujukan sebagai usaha pemberantasan kalau ada serangan, melainkan juga sebagai tindakan pencegahan. Intensitas penyemprotan hama/penyakit mencapai 9–15 kali dalam satu musim tanam.

Besarnya jumlah pemakaian input produksi dalam usahatani kentang ini dikemukakan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pemakaian input produksi dalam usahatani kentang di Kecamatan Banuhampu Sungai Puar per hektar.

Jenis input	Pemakaian per hektar
Bibit	1.048,0 kg
Pupuk Urea	421,0 kg
TSP	554,0 kg
Obat-obatan	13,5 liter

Pada Tabel 1 terlihat bahwa rata-rata pemakaian pupuk TSP lebih tinggi dari pupuk Urea, tetapi sebahagian petani masih memakai pupuk buatan ini dengan perbandingan Urea dan TSP 1 berbanding 2. Dari perbandingan ini dapat dikatakan bahwa kombinasi pemakaian pupuk oleh petani masih berbeda.

Tenaga kerja

Biaya untuk tenaga kerja merupakan jenis pengeluaran yang paling banyak jika dibanding dengan biaya sarana produksi lainnya di dalam keseluruhan biaya produksi. Jumlah ini mencapai Rp 435.000,00 dengan jumlah hari kerja sebanyak 290 HK. dengan tingkat upah buruh Rp 1.500,00. Secara keseluruhan biaya tenaga kerja keluarga yang tidak dibayar belum diperhitungkan. Dengan luas usahatani yang relatif sempit (0,25 ha/KK) masih memungkinkan pemakaian tenaga kerja bersumber dari TK keluarga. Tetapi untuk usahatani yang lebih luas dengan waktu yang pendek untuk setiap musim tanam, mengharuskan petani untuk menggunakan tenaga kerja luar keluarga yang harus dibayar.

Berdasarkan besarnya pengeluaran petani dalam penggunaan input produksi (bibit, pupuk, obat-obatan) dan tenaga kerja ini, maka besarnya nilai biaya produksi usahatani kentang per hektar mencapai Rp 844.695,00 sebagaimana dikemukakan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Nilai biaya produksi usahatani kentang di Kecamatan Banuhampu Sungai Puar per hektar.

Jenis biaya	Biaya (Rp)	Persentase
Bibit	290.820,00	34,4
Pupuk	68.250,00	8,1
Obat-obatan	50.625,00	6,0
Tenaga kerja	435.000,00	51,5

Pengeluaran untuk input produksi terbesar adalah beli bibit dengan kebutuhan 1.048 kg/ha. Biaya bibit yang cukup tinggi ini tidak seluruh petani dapat memenuhi kebutuhan bibit yang dibeli secara tunai. Sebagai akibat dari ketidakmampuan ini juga dikenal sistem

sakap dimana pedagang menyediakan bibit untuk petani dengan perjanjian hasil dibagi dua. Input lain termasuk tenaga kerja ditanggung oleh petani.

Pendapatan

Produksi kentang yang dicapai petani rata-rata 8.390 kg per hektar. Dari produksi yang dihasilkan ini terdiri atas 3 jenis kualitas yang dibedakan dari ukuran umbi yakni ukuran besar 69,5 %, sedang 23,5 % dan kecil 7 %. Perbedaan kualitas berdasarkan ukuran ini sekaligus menimbulkan perbedaan harga jual petani untuk masing-masing kualitas (kualitas besar Rp 180,00 kualitas sedang Rp 140,00 dan kecil Rp 195,00 per kg). Atas dasar produksi fisik dan harga ini dapat ditentukan besarnya pendapatan kotor dan pendapatan bersih dari usahatani kentang ini sebagaimana dikemukakan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Produksi dan pendapatan dari usahatani kentang di Kecamatan Banuhampu Sungai-Puar per hektar

Uraian	Jumlah
Produksi	8.390 kg
Harga produksi	Rp 171,50 per kg
Biaya produksi	Rp 844.695,00
Pendapatan kotor	Rp 1.438.885,00
Pendapatan bersih	Rp 594.190,00

Dengan rata-rata harga jual petani Rp 171,50/kg dengan produksi sebanyak 8.390 kg/ha petani akan memperoleh pendapatan bersih sebesar Rp 594.190,00 per ha. Dapat dikemukakan di sini bahwa dengan tingkat investasi (biaya produksi) sebesar Rp 844.695,00 akan memberikan keuntungan bersih sebesar 70% dari modal yang digunakan. Perbandingan ini dianggap cukup menguntungkan, tetapi perbandingan ini akan mengecil kalau tingkat bunga modal, nilai biaya tenaga kerja keluarga, penyusutan alat-alat termasuk sewa tanah, dihitung sebagai pengeluaran langsung dalam proses produksi. Pengeluaran ini akan menambah tingginya biaya produksi yang harus dikeluarkan. Jumlah petani contoh yang menyewa lahan adalah sebanyak 20%.

Berdasarkan luas lahan yang ditanami kentang dengan luas rata-rata 0,25 ha per petani (berkisar antara 0,1 s/d 0,7 ha) ternyata pendapatan per petani per musim tanam juga masih rendah kalau dihubungkan dengan biaya yang harus dikeluarkan. Ditinjau dari besarnya biaya bibit dan jumlah kebutuhan per hektar, maka biaya produksi kentang lebih tinggi dari biaya produksi sayur-sayuran jenis lain. Oleh karena itu luas usahatani kentang juga dipengaruhi kemampuan permodalan petani. Walaupun situasi harga jual petani untuk komoditi kentang tidak terlalu tinggi seperti tingkat harga dikemukakan di atas, tingkat harga itu relatif stabil jika dibandingkan dengan harga sayur-sayuran lain yang lebih berfluktuasi dalam waktu pendek.

Pemasaran

Kentang yang dihasilkan dari Kecamatan Banuhampu Sungai Puar dipasarkan ke berbagai daerah konsumen baik dalam daerah maupun luar daerah. Besarnya jumlah produksi kentang yang dipasarkan ini tergantung dari besarnya produksi yang dihasilkan dan permintaan konsumen di masing-masing pusat konsumen. Hal ini disebabkan karena kebutuhan konsumen di daerah konsumen dimaksud bukan hanya dipenuhi (supply) oleh produksi kentang dari kecamatan ini, melainkan juga dari daerah lain yang menghasilkan komoditi sejenis. Dalam hal ini dapat disebutkan antara lain dari Koto Baru (Kab. Tanah Datar) dan Alahanpanjang (Kab. Solok). Secara keseluruhan produksi dari masing-masing daerah ini akan mempengaruhi supply dan harga di pasaran, sedangkan permintaan juga dipengaruhi oleh situasi harga dan ketersediaan barang lain yang bersifat substitusi, terhadap komoditi kentang. Dengan semangkin lancarnya transportasi antara daerah sehingga mobilitas menjadi lebih tinggi dengan demikian terlalu sulit menilai bahwa harga harga ditentukan oleh suplai yang ada di pasaran. Tambahan lagi adanya permintaan yang tinggi dalam waktu-waktu tertentu yang bukan disebabkan harga pasar yang rendah seperti pada hari-hari lebaran dan hari besar lainnya. Dalam banyak hal petani produsen kurang dapat melihat situasi ini, walaupun petani menyadari akan hal ini mereka sulit untuk merencanakan pertanaman sehingga saat.

panen nantinya petani menerima harga hasil yang menguntungkan. Harga rata-rata yang dikumpulkan setiap dua minggu di tingkat pasar kecamatan (harga jual petani) di daerah penelitian memperlihatkan variasi yang tidak menentu seperti dapat dilihat harga terendah Rp 85,00 per kg kentang pada bulan Januari dan tertinggi mencapai Rp 210,00 bulan Juni tahun 1979. Keadaan tahun berikutnya harga terendah Rp 150,00 pada bulan November/Desember sedangkan harga tertinggi dicapai pada bulan Maret tahun yang sama sebesar Rp 220,00 per kg kentang (Lampiran 5).

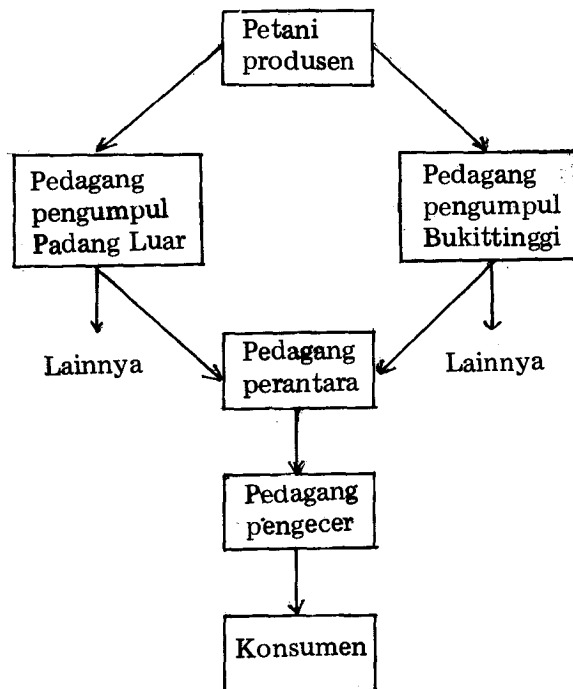
Saluran tataniaga (Marketing channels)

Dikemukakan sebelumnya bahwa letak lokasi penelitian yang strategis dengan keadaan prasarana dan sarana yang relatif baik merupakan faktor penunjang dalam sistem tataniaga hasil-hasil pertanian. Kondisi transportasi yang baik yang diikuti oleh sarana angkutan yang memadai merupakan syarat untuk dapat memperlancar distribusi barang dalam jumlah dan waktu yang diperlukan. Untuk komoditi tertentu dapat dikatakan bahwa jarak antara produsen dan konsumen yang dekat akan menyebabkan saluran yang dilalui juga pendek, tetapi bukan berlaku untuk semua komoditi hasil-hasil pertanian. Hal ini tergantung dari sifat komoditi apakah komoditi yang bersangkutan memerlukan pengolahan lebih lanjut atau dapat dipasarkan langsung ke konsumen.

Saluran utama tataniaga kentang yang dipasarkan ke Pakan Baru terdiri atas tiga mata rantai yakni: petani produsen — pedagang pengumpul — pedagang perantara — pedagang pengecer — konsumen. Kedudukan pedagang pengumpul yang merupakan tangan pertama yang membeli kentang dari petani produsen ini adalah di Pasar Padang Luar (ibu kota kecamatan), Koto Baru (Kecamatan X Koto) dan Bukittinggi (Gambar 1). Waktu pembelian dari petani tidak tergantung akan hari pasar, karena pedagang pengumpul ini melakukan pembelian setiap hari. Pedagang pengumpul ini dapat menerima kentang di gudang pembeli dan juga dapat membeli di kebun petani setelah panen. Untuk pembelian di kebun petani ini pedagang membayar biaya sampai di tempat pembeli, termasuk biaya angkut dan pengepakan. Cara ini tergantung dari

volume produksi yang dihasilkan petani.

Produksi kentang yang dihasilkan dari daerah ini mempunyai saluran yang berbeda tergantung dimana komoditi dikonsumsi. Dalam jumlah kecil pedagang pengumpul ini juga menjual ke pedagang pengecer maupun konsumen di Pasar Padang luar atau pun pasar Bukittinggi.



Gambar 1. Saluran tataniaga kentang dari Kecamatan Banuhampu Sei. Puar ke Pakan Baru.

Gambar 1 di atas menunjukkan bahwa petani produsen disamping menjual kentang di Pasar Padang Luar juga menjual di kota Bukittinggi dengan jarak yang lebih jauh dari pasar kecamatan. Keadaan ini bisa terjadi karena tambahan biaya pemasaran yang harus dikeluarkan petani tidak banyak, dapat dilakukan dalam waktu pendek. Suatu hal yang mempengaruhi petani dalam menentukan pembeli adalah adanya hubungan petani dengan pedagang dalam penyediaan sarana produksi terutama bibit yang pembayarannya tidak tunai bahkan petani juga dimodali dengan bibit ini oleh pedagang. Sebaliknya hasil yang dijual petani ke pedagang pengum-

pul ini juga jarang yang dibayar secara tunai, keadaan seperti ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan modal kedua belah pihak. Tetapi sejauh itu tidak terlihat adanya permainan harga yang dapat merugikan petani, dibanding dengan cara petani menjual bebas.

Pedagang pengumpul selanjutnya menjual ke pedagang perantara luar daerah yang langsung membawa ke Pakan Baru untuk saluran utama di atas, tetapi juga dapat memasarkan kentang ke pedagang non Pakan Baru, baik luar daerah ataupun dalam daerah Sumatera Barat. Daerah pemasaran kentang untuk propinsi Riau yang berasal dari Padang Luar ini bukan hanya Kotamadya Pakan Baru saja melainkan juga termasuk kota-kota seperti Dumai, Duri Rumbai dan Riau Kepulauan. Mengingat kota Pakan Baru sebagai ibu kota propinsi, maka konsumen terbesar berada dalam daerah ini, walaupun total demand untuk seluruh daerah berada di luar kota Pakan Baru. Permintaan kentang (sayuran dataran tinggi) oleh daerah Riau mutlak harus dipenuhi dari luar daerah yakni Sumbar dan Sumut. Hal ini disebabkan komoditi ini tidak

dihasilkan dari daerah itu sendiri, sesuai dengan lingkungan fisik setempat.

Pedagang perantara yang membawa kentang dari Padang Luar ke Pakan Baru bisa melakukan pembelian 2-3 kali seminggu dan volume pembelian setiap kalinya 3-4 ton yang dapat dibawa dengan truk. Pedagang perantara ini di Pakan Baru merangkap sebagai pedagang grosir dalam arti mereka mendistribusikan kentang ke pedagang pengecer. Pedagang perantara ini mempunyai gudang di pasar Pakan Baru. Mekanisme mata rantai pemasaran mulai dari produsen sampai ke konsumen terlihat bahwa sistem pembayaran yang dilakukan pada masing-masing mata rantai tidak dilakukan, secara tunai hal ini menandakan kemampuan permodalan semua pihak yang bersangkutan masih lemah.

Margin tataniaga (Marketing margin).

Marketing margin adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen. Termasuk dalam margin tataniaga ini adalah seluruh biaya dan keuntungan (marketing cost

Tabel 4. Analisa penyebaran harga (Farm's retail spreads) kentang dari produsen Padang Luar ke konsumen P.Baru

Unsur-unsur biaya	Biaya (Rp/kg)	Harga (Rp/kg)	Persentase dari harga eceran
Harga petani		170,00	64,15
perawatan hasil	6,50		2,45
pengangkutan	3,50		1,32
penyusutan 2%	3,40		1,28
Lain-lain	1,10		0,42
margin pedagang pengumpul	10,50		3,96
Harga jual pedagang pengumpul		195,00	
perawatan hasil	1,50		0,56
pengangkutan	16,50		6,24
penyusutan 1,5 %	3,50		1,32
Lain-lain	1,25		0,48
margin pedagang perantara	17,25		6,50
Harga jual pedagang perantara		235,00	
perawatan hasil	2,00		0,75
penyusutan 5%	11,75		4,43
lain-lain	1,25		0,48
margin pedagang pengecer	15,00		5,66
Harga eceran (harga konsumen)		265,00	100,00

dan marketing profit) yang dikeluarkan oleh lembaga niaga mulai dari pintu gerbang petani sampai ke konsumen akhir dalam proses tataniaga barang itu. Secara garis besar biaya tataniaga digunakan untuk biaya pengumpulan, biaya pengangkutan dan biaya distribusi sampai ke tangan konsumen.

Dalam tataniaga kentang ketiga jenis pembiayaan ini tidak dikeluarkan oleh setiap mata rantai lembaga niaga, tetapi pembiayaan ini didasarkan atas jenis lembaga niaga yang ikut ambil bahagian secara langsung. Pengelompokan biaya ini terdiri, atas; Biaya perawatan hasil berupa penjemuran, seleksi, packing. Biaya pengangkutan, termasuk muat angkut dan bongkar. Biaya lain-lain berupa bea-bea yang dibayarkan. Disamping itu juga diperhitungkan besarnya nilai penyusutan yang diderita oleh masing-masing lembaga niaga.

Dari Tabel 4 di atas terlihat bahwa biaya tataniaga kentang mencapai 19,73 dan margin keuntungan lembaga niaga sebanyak 16,12 %. Dari ke tiga jenis lembaga niaga ini, maka persentase keuntungan terbesar diperoleh pedagang perantara yakni sebesar 6,5% angka ini juga diikuti oleh biaya yang harus dikeluarkan juga lebih tinggi dibanding dengan lembaga niaga lainnya yakni 8,6 %. Biaya tataniaga yang dibayarkan pedagang pengumpul adalah 5,47 % dan keuntungan sebesar 3,96 %, sedangkan persentase biaya dan keuntungan pedagang pengecer adalah sama (5,66%). Besarnya pembebanan biaya dan keuntungan seperti ini mencerminkan pembagian yang cukup adil untuk masing-masing pelaku niaga, dengan alasan bahwa besarnya volume kentang yang diperjualbelikan dan modal yang digunakan oleh masing-masing pelaku niaga juga berbeda. Pedagang pengecer yang langsung berhubungan dengan konsumen akhir bukan hanya memperjualbelikan kentang semata-mata, tetapi juga menjual jenis sayur-sayuran lain. Kemampuan pedagang pengecer menjual kentang kepada konsumen sangat ditentukan oleh daya beli konsumen (dalam arti besarnya jumlah kebutuhan konsumsi sehari-hari). Konsumen rumah tangga membeli dalam jumlah 1—2 kg tiap kali pembelian, dengan demikian kemampuan pedagang pengecer ini untuk menjual rata-rata hanya 20—25 kg per hari.

Hal lain yang mempengaruhi besarnya biaya tataniaga ini adalah penyusutan. Kentang sebagai sayuran mempunyai ketahanan yang relatif tinggi dari resiko kerusakan dibanding jenis sayuran lain, sehingga dapat lebih tahan lama dalam proses tataniaga. Persentase penyusutan selama pemasaran ini mencapai 8,5% sebagai akibat dari berkurangnya kadar air dan dibuangnya sebagai hasil sewaktu seleksi yang dapat mempengaruhi kualitas. Tingginya persentase penyusutan ini menggambarkan kurang baiknya kualitas yang dihasilkan petani dan lamanya waktu dalam proses tataniaga sebelum dikonsumsi, waktu ini mencapai 1—2 minggu setelah panen. Konsumen lebih menyukai kentang yang berasal dari lahan tegalan dibanding kentang yang berasal dari lahan sawah untuk jenis yang sama, yang dianggap mempunyai kadar air rendah. Penurunan kualitas dan penyusutan ini jelas akan memperbesar biaya tataniaga.

Besarnya marketing margin yang dicerminkan oleh biaya dan keuntungan lembaga niaga ini yang tidak terlalu berlebihan menunjukkan bahwa sistem tataniaga kentang di daerah ini cukup efisien. Besarnya tingkat keuntungan lembaga niaga di atas belum diperhitungkan besarnya biaya investasi serta bunga modal yang dipakai oleh lembaga niaga yang bersangkutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan produksi kentang di Sumatera Barat dalam 5 tahun terakhir kurang menggembirakan. Kedudukan Sumatera Barat dalam memenuhi kebutuhan propinsi tetangga akan semakin penting sejalan dengan peningkatan konsumsi yang ditunjang oleh perkembangan prasarana dan sarana yang memadai. Salah satu sentra produksi kentang di daerah ini adalah Kecamatan Banuhampu Sei. Puar dengan luas lahan sawah 2.227 ha, di samping kecamatan lain yang juga potensial. Produksi dari kecamatan ini tidak tergantung kepada musim sehingga produksi dapat dihasilkan sepanjang musim.

Dalam sistem komoditi kentang juga ditentukan oleh sub sistem produksi, pemasaran

dan konsumsi. Perbaikan sub sistem tataniaga menyangkut juga perbaikan produksi dan konsumsi. Sub sistem produksi yang tercermin dari analisa usaha tani menunjukkan besarnya biaya produksi langsung yang dikeluarkan adalah Rp. 844.695,00 per ha. Besarnya produksi yang diperoleh petani kentang adalah 8.390 kg/ha dengan pendapatan bersih Rp. 594.190,00. Berdasarkan luas usaha tani 0,25 ha per petani, ternyata pendapatan yang diperoleh ini masih rendah dihubungkan dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya input produksi terbesar untuk beli bibit dengan kebutuhan 1.048 kg/ha.

Harga produksi kentang dari waktu ke waktu memperlihatkan variasi yang tidak menentu yang mana dalam satu tahun harga terendah Rp. 150,00 dan tertinggi Rp. 220,00 antara bulan Maret hingga November (1980). Saluran tataniaga yang dominan saat ini terdiri atas 3 mata rantai yakni: Petani produsen — pedagang pengumpul — pedagang perantara — pedagang pengecer — konsumen. Untuk pemasaran dalam daerah juga saluran tataniaga ini juga tidak banyak berbeda. Berdasarkan analisa penyebaran harga dari petani produsen di Padang Luar ke konsumen di Pk. Baru menunjukkan bahwa besarnya margin petani 64,15%, margin biaya 19,73% dan margin keuntungan lembaga niaga 16,12%. Biaya tataniaga ini sebahagian besar diserap oleh biaya pengangkutan, di samping itu angka penyusutan sebesar 8,5% juga turut mempengaruhi besarnya biaya tataniaga.

Daya beli konsumen yang diketahui dari kemampuan pedagang eceran menyampaikan kentang ke konsumen relatif kecil. Aspek peningkatan produksi harus diikuti dengan peningkatan permintaan konsumen. Perluasan pemasaran dengan jalan pendekatan terhadap potensial demand/konsumen institusionil perlu diperhatikan dan dijajaki, agar peningkatan produksi yang dicapai juga meningkatkan pendapatan petani produsen di samping usaha perbaikan gizi masyarakat yang bersumber dari sayur-sayuran khususnya kentang.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Z. (1981) Pengantar Tataniaga Pertanian. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- De Datta, S.K. (1978) A handbook on the Methodology for an Integrated Experiment Survey on Rice Yield Constraints. IRRI,
- Dinas Pertanian Rakyat Tk. I Sumatera Barat (1974 — 1979). Laporan Tahunan.
- Dinas Pertanian Rakyat Tk. II Agam (1979). Laporan Tahunan.
- Lembaga Penelitian Hortikultura (1980). Program Penelitian dan Highlight Kegiatan Penelitian 1974 — 1979. Edisi khusus, Informasi No. 13a. Jakarta.
- Mubyarto (1977). Pengantar Ekonomi Pertanian. Cetakan ke 4. Penerbit LP3ES. Jakarta.
- Paul D.C. dan F.M. Jones (1970). Introduction to Marketing. Cetakan ke-2, Saduran Drs. Djajapermana. Penerbit Alumni Bandung.
- Soedarsono H. (1978). Pengembangan Wilayah Unit Desa Hortikultura. Majalah Agro Ekonomi, Departemen Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian UGM. Yogyakarta November, hal 2 — 10.