



**TATANIAGA PERKEBUNAN TEBU RAKYAT  
DI KABUPATEN SITUBONDO**

**SKRIPSI**

Oleh

**ZEIN ARRAHMAN**

**NIM 130810101158**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
JURUSAN ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**



**TATANIAGA PERKEBUNAN TEBU RAKYAT  
DI KABUPATEN SITUBONDO**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Pembangunan (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:  
**ZEIN ARRACHMAN**  
**NIM 130810101158**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
JURUSAN ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**

## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur yang tiada terkira kepada Allah SWT, atas segala karunia dan nikmat yang telah diberikan-Nya kepada saya, serta atas seluruh perjuangan, kerja keras, pengorbanan, serta penantian atas sebuah kesabaran dari tantangan yang ada, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibunda Esti Purnawirawan, Ayahanda Abdul Kadir Jaelani, dan Adikku Zubeid Arrahman tercinta dan terkasih, yang telah mencurahkan segala doa, kasih sayang dan dukungan yang tiada terhingga untuk menggapai asa dan cita serta seluruh pengorbanan yang tucurahkan selama ini;
2. Guru dan Kyai saya K.H.R Muhammad Kholil As'ad Syamsul Arifin yang telah mencurahkan doa, membimbing dan memberikan ilmu.
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan Perguruan Tinggi yang terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;
4. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**MOTTO**

*“Ing ngarsa sung tuladha, Ing madya mangun karsa, Tut wuri Handayani”*

(Ki Hajar Dewantara)

*“Kerja keras bukan untuk sukses tetapi untuk sebuah nilai.”*

(Albert Einstein)



**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zein Arrahman

NIM : 130810101158

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: "*Tataniaga Perkebunan Tebu Rakyat Di Kabupaten Situbondo*" adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 04 Juli 2018

Yang menyatakan,

Zein Arrahman

130810101158

**SKRIPSI**

**TATANIAGA PERKEBUNAN TEBU RAKYAT  
DI KABUPATEN SITUBONDO**

Oleh:

**Zein Arrahman**

**NIM 130810101158**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr.Duwi Yunitasari S.E., M.E

Dosen Pembimbing Pendamping : Fajar Wahyu Prianto, SE., ME.

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Tataniaga Perkebunan Tebu Rakyat Di Kabupaten  
Situbondo.  
Nama Mahasiswa : Zein Arrahman  
NIM : 130810101158  
Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan  
Konsentrasi : Ekonomi Regional  
Tanggal Persetujuan :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Duwi Yunitasari, S.E., ME

NIP. 19780616 200312 2 001

Fajar Wahyu Prianto, SE., ME

NIP. 19810330 200501 1 003

Ketua Jurusan,

Dr. Sebastiana Viphindartin, M.Kes.

NIP. 19641108 198902 2 001

**PENGESAHAN**

**Judul Skripsi**

TATANIAGA PERKEBUNAN TEBU RAKYAT DI KABUPATEN  
SITUBONDO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

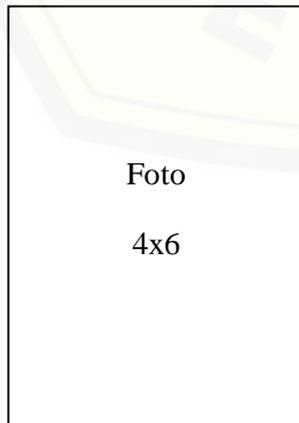
Nama : Zein Arrahman  
NIM : 130810101158  
Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**Susunan Panitia Penguji**

1. Ketua : \_\_\_\_\_ (.....)  
NIP.
2. Sekretaris : \_\_\_\_\_ (.....)  
NIP.
3. Anggota : \_\_\_\_\_ (.....)  
NIP.



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Dekan,

Dr. M. Miqdad, S.E., M.M., Ak. CA.  
NIP. 19710727 199512 1 001

*Tataniaga Perkebunan Tebu Rakyat Di Kabupaten Situbondo*

**Zein Arrahman**

*Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Jember*

**ABSTRAK**

Tebu merupakan salah satu dari 15 komoditas unggulan nasional yang difokuskan untuk mendukung pencapaian tujuan pembangunan perkebunan 2014-2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi saluran pemasaran, fungsi, lembaga, struktur pasar dan perilaku pasar, serta menganalisis efisiensi operasional tataniaga tebu dengan pendekatan marjin tataniaga, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya. Pengamatan dan wawancara langsung dilakukan dengan metode *purposive* kepada petani di Kabupaten Situbondo, sedangkan metode *snowball* dilakukan kepada lembaga tataniaga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 saluran tataniaga. Berdasarkan marjin tataniaga, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya menunjukkan saluran tataniaga 1 merupakan saluran yang efisien dengan penjualan langsung dari petani ke pabrik gula dan saluran 4 merupakan saluran yang efisien dengan penjualan melalui pedagang perantara.

Kata kunci: Kabupaten Situbondo, efisiensi, *farmer's share*, tataniaga tebu

*Commerce Plantation Sugarcane In Situbondo Regency*

**Zein Arrahman**

*Department of Economics and Development Studies, Faculty of Economics and  
Business,  
University of Jember*

**ABSTRACT**

Sugarcane is one of the 15 national main commodities to support plantation development goals from 2010 to 2014. The purpose of this study are to identify the marketing channel, function, institution, market structure and market behavior, and to analyze the operational efficiency of trading sugarcane system with margin trading system approach, the farmer's share, and the ratio of benefit to cost. Observation and interview were performed with the purposive method for farmers in the Situbondo Regency, while the snowball method was performed for institution trading system. The result showed that there were four trading channels system. Based on margin trading system, the farmer's share, and the ratio of benefit to cost trading system shows that the channel one is the efficient channel to direct sales from farmers to sugar factory and channel four is an efficient channel sales through middlemen.

Keywords: Efficiency, farmer's share, Situbondo Regency, sugarcane marketing

## RINGKASAN

**Tataniaga Perkebunan Tebu Rakyat Di Kabupaten Situbondo; Zein Arrahman, 130810101158; 2018: halaman; Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.**

Tebu merupakan salah satu tanaman perkebunan yang turut berperan dalam pembangunan ekonomi nasional dan memberikan kontribusi yang cukup besar pada subsektor perkebunan. Indonesia mempunyai keunggulan komparatif sebagai produsen gula tebu dilihat dari sisi sumber daya alam dan iklim. Produksi tebu ini ditujukan untuk memenuhi permintaan pasar akan produk olahan tebu ini.

Salah satu daerah yang menjadi sentra tebu di Provinsi Jawa Timur. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis saluran tataniaga yang ada di Kabupaten Situbondo, menganalisis fungsi-fungsi tataniaga tebu, struktur pasar, perilaku pasar yang terjadi dan menganalisis saluran mana yang lebih efisien berdasarkan margin tataniaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya.

Penelitian dilakukan di Kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Februari hingga Desember 2017. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pengambilan responden petani dilakukan berdasarkan *snowball sampling* dan lembaga tataniaga dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Jumlah petani responden adalah sebesar 30 orang petani.

Terdapat empat saluran tataniaga tebu di Kabupaten Situbondo, Jawa Timur, yaitu saluran tataniaga I: petani, Asosiasi Petani Tebu Rakyat (APTRI) dan pabrik gula; saluran II: petani, kelompok tani dan pabrik gula; saluran III: petani, kontraktor tebu dan pabrik gula; saluran IV: petani, petani dan pabrik gula.

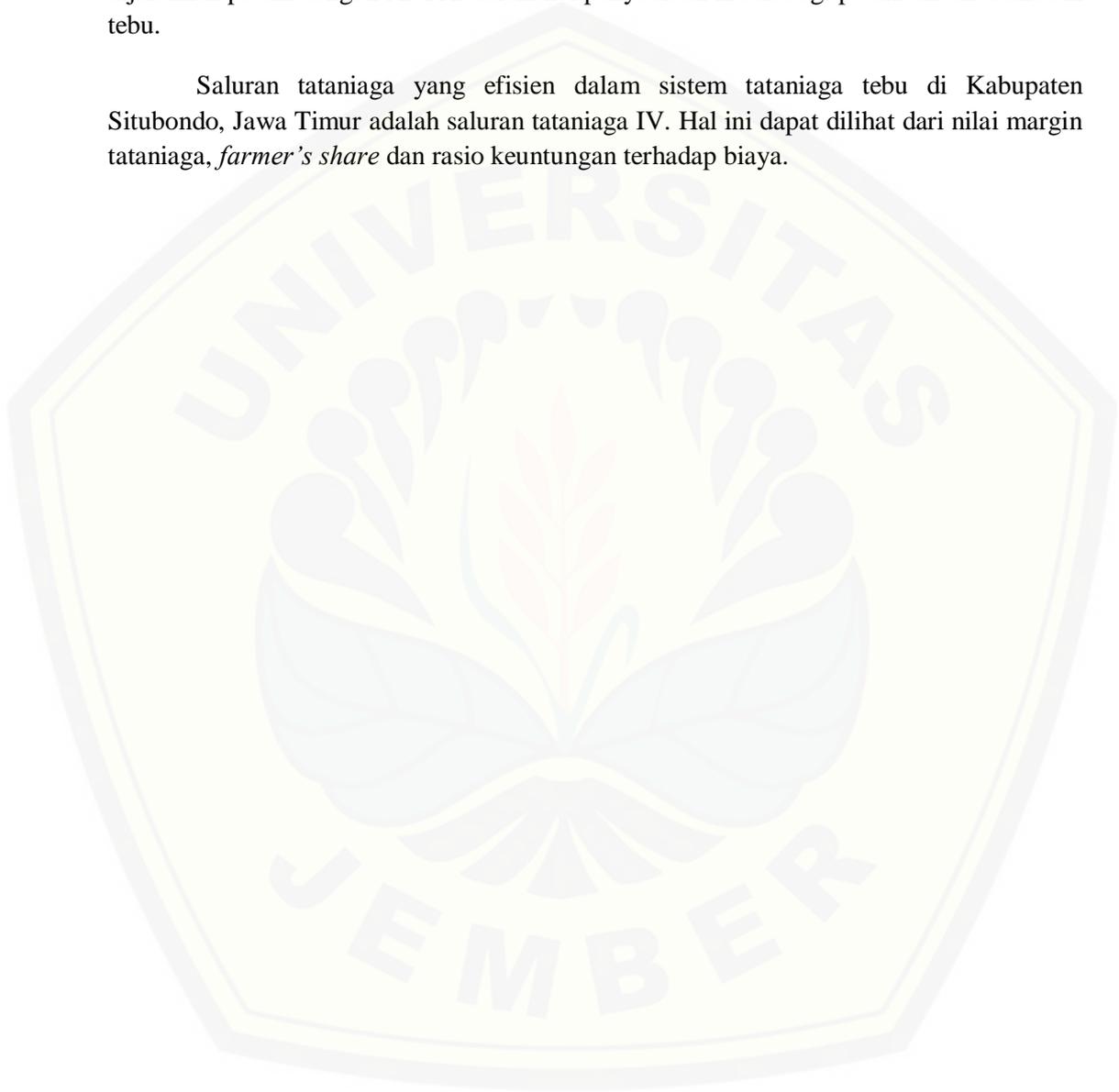
Alur tataniaga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tataniaga dalam tataniaga tebu ini adalah alur pertukaran dilakukan oleh lembaga tataniaga dan petani tidak melakukan kegiatan pembelian. Pada saluran I dan II petani melakukan alur fisik yaitu pegangkutan. Alur fisik penyimpanan dilakukan APTRI. Alur fasilitas penanggulangan risiko, pembiayaan dan informasi pasar dilakukan pada setiap lembaga tataniaga. Alur sortasi dilakukan petani dan kontraktor tebu.

Struktur pasar yang dihadapi petani, kontraktor tebu dan pedagang sari tebu mendekati pasar persaingan karena terdapat banyak penjual, barang yang homogen dan tidak adanya hambatan untuk keluar dan masuk pasar. Pasar oligopoli dihadapi oleh APTRI dan kelompok tani karena sedikitnya penjual, sifat produk homogen dan ada kesulitan untuk keluar masuk pasar.

Perilaku pasar dapat dilihat dari praktek pembelian dan penjualan, sistem penentuan harga dan pembayaran harga dan kerjasama antara lembaga tataniaga.

Praktek pembelian dan penjualan dilakukan secara borongan dan secara langsung. Penentuan harga tebu di tingkat petani adalah melalui tawar menawar antara petani dan lembaga tataniaga. Penentuan harga bagi APTRI dan kontraktor tebu berdasarkan harga lelang gula tertinggi dan ketetapan pemerintah. Pembayaran hasil penjualan dilakukan secara tunai dan nota penjualan. Kerjasama antar lembaga tataniaga dijalankan petani dengan APTRI dalam hal penyediaan kredit bagi petani untuk usahatani tebu.

Saluran tataniaga yang efisien dalam sistem tataniaga tebu di Kabupaten Situbondo, Jawa Timur adalah saluran tataniaga IV. Hal ini dapat dilihat dari nilai margin tataniaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya.



## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “TATANIAGA PERKEBUNAN TEBU RAKYAT DI KABUPATEN SITUBONDO”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Duwi Yunitasari, S.E.,M.E., dan Bapak Fajar Wahyu Prianto, SE., ME., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat pada penyusunan skripsi ini;
2. Ibu Dr. Sebastiana Viphindartin, M.Kes., selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan;
3. Bapak Dr. M. Miqdad, S.E.,M.M, AK., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
4. Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa di Universitas Jember;
5. Seluruh Dosen beserta staf karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, khususnya Jurusan IESP yang telah memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis sampai akhir penyelesaian skripsi ini;
6. Orang tua terbaik, Ibunda Esti Purnawirawan dan Ayahanda Abdul Kadir Jaelani yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasehat dan kerja keras yang tidak pernah putus untuk penulis;
7. Adikku Zubeid Arrahmani, yang telah memberikan dukungan, semangat, cinta serta doanya hingga saat ini bagi penulis;

8. Seluruh keluarga dan saudara, Emmak, Mbah Ti, Nde Mol, Abah, Pak De Mono, Mama, Lek Rit, Om pri, Om Fafan, Bu De Endang, Cak Dayat, Cak Durahman, Faruq, Mbak Lia, Mbak Aak, dan Dela yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
9. Guru dan Kyai saya K.H.R Muhammad Kholil As'ad Syamsul Arifin yang telah mencurahkan doa, membimbing dan memberikan ilmu.
10. Guru, mentor dan orang tua, Bapak Fajar Wahyu Prianto, SE, ME,
11. Sahabat-sahabat GENK. Keh Nur, Badiknz, Emil, Opek, Bos Dimas, terima kasih telah menjadi sahabat yang membagi pengalaman hidup, menerima keluh kesah, menikmati canda tawa dan suka duka serta semua kenangan yang telah dilewati selama menempuh studi bersama.
12. Sahabat Pergerakan, Ketum Zain, Zainul Alam, Jaka, Disky, Riski, Dini, Mas rosyid, Mas Say, Mas Hois, dan Mas Salam, terima kasih telah menjadi keluarga yang membagi pengalaman hidup, menerima keluh kesah, menikmati canda tawa dan suka duka serta semua kenangan yang telah dilewati selama menempuh studi bersama.
13. Sahabat-sahabatku di Rumah Biru yang telah banyak membantu, menemani, menghibur dan mengajarkan banyak arti kehidupan selama masa studi penulis;
14. Teman-temanku IESP angkatan 2013, yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi bagi penulis;
15. Teman-teman seperjuangan ekonomi Kipli, Habibi, Arie, Ali, dan Rifnu, yang telah memberikan segala bantuan, ilmu dan motivasi kepada penulis;
16. Seluruh keluarga besar KKN UMD 09 Tahun Akademik 2016/2017 Desa Cerme, Kecamatan Cerme, Kabupaten Bondowoso. Muis, Alvin, Ucup, Dimas, Hasan, Anton, Haped, Aan, Richa, Bella, Ilvi, Nia, Kiki, dan Vita terimakasih atas kekeluargaan, kebersamaan, canda tawa dan pengalaman selama KKN berlangsung;
17. Serta seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah Anda berikan. Penulis juga menerima saran dan kritik demi penyempurnaan skripsi ini dan semoga dapat memberikan manfaat pada kita semua.

Jember, 04 Juli 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	vi
<b>HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	vii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>RINGKASAN</b> .....	xi
<b>PRAKATA</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xx
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	<b>6</b>

2.1.1	Pembangunan Ekonomi dan Pertumbuhan Ekonomi.....	6
2.1.2	Teori Ekonomi Kelambagaan Pembangunan .....	8
2.1.3	Teori Pembangunan Agroindustri.....	9
2.1.4	Konsep Tataniaga.....	10
2.1.5	Lembaga dan Saluran Tataniaga.....	12
2.1.6	Margin Tataniga.....	14
2.1.7	Farmer's share .....	15
2.1.8	Rasio Keuntungan dan Biaya .....	16
<b>2.2</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Pemikiran Operasional .....</b>	<b>20</b>
<b>2.4</b>	<b>Hipotesis .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1</b>	<b>Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2</b>	<b>Metode Penentuan Responden.....</b>	<b>24</b>
<b>3.3</b>	<b>Metode Analisis Data.....</b>	<b>24</b>
3.3.1	Analisis Saluran dan Lembaga Tataniaga .....	25
3.3.2	Analisis Alur Tataniaga .....	25
3.3.3	Analisis Struktur Pasar .....	25
3.3.4	Analisis Perilaku Pasar.....	26
3.3.5	Analisis Marjin Tataniaga .....	27
3.3.6	Farmer's Share.....	27
3.3.7	Rasio Keuntungan Dan Biaya .....	27
<b>3.5</b>	<b>Definisi Operasional .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB 4.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum.....</b>	<b>29</b>
4.1.1	Luas dan Batas Wilayah .....	29
4.1.2	Karakteristik Petani Responden .....	30
4.1.3	Usia.....	31
4.1.4	Pendidikan.....	31
4.1.5	Status Usaha Tani tebu.....	31

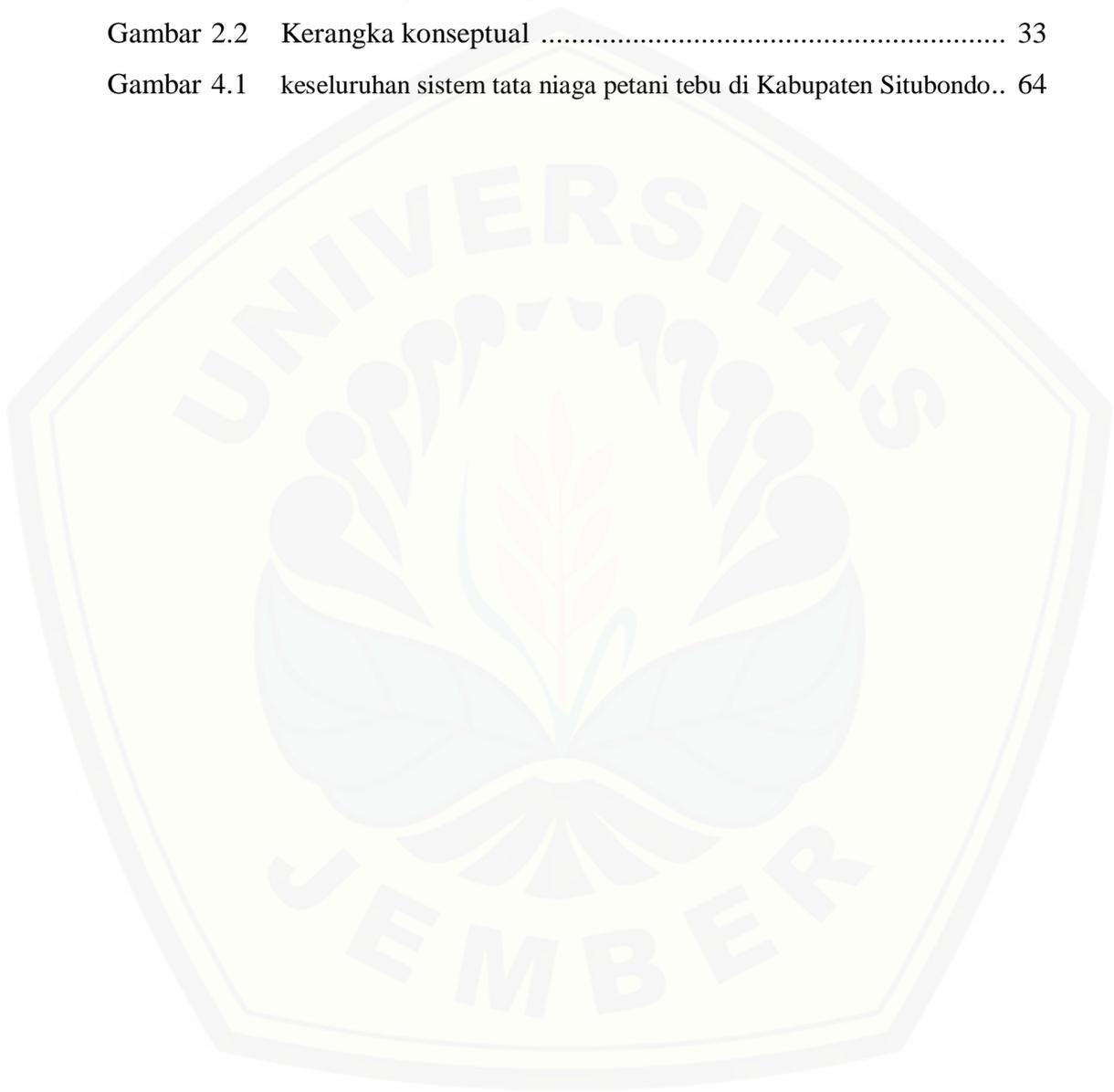
4.1.6 Luas Lahan .....	32
4.1.7 Status Kepemilikan Lahan .....	32
<b>4.2 Pembahasan.....</b>	<b>33</b>
4.2.1 Analisis Saluran dan Lembaga Tataniaga .....	33
4.2.2 Analisis Alur Tataniaga .....	38
4.2.3 Analisis Struktur Pasar .....	44
4.2.4 Analisis Perilaku Pasar.....	50
4.2.5 Analisis Marjin Tataniaga .....	50
4.2.6 Farmer's Share.....	55
4.2.7 Rasio Keuntungan Dan Biaya.....	56
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel	4.1	Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin .....	2
Tabel	4.2	Usia responden .....	21
Tabel	4.3	Tingkat pendidikan responden .....	33
Tabel	4.4	Status pekerjaan responden .....	34
Tabel	4.5	Luas lahan responden .....	35
Tabel	4.6	Status lahan responden .....	37
Tabel	4.7	Biaya saluran tataniaga satu .....	46
Tabel	4.8	Biaya saluran tataniaga dua.....	47
Tabel	4.9	Biaya saluran tataniaga tiga .....	49
Tabel	4.10	Biaya saluran tataniaga empat .....	50
Tabel	4.11	Biaya saluran tataniaga di kabupaten situbondo.....	51
Tabel	4.12	<i>Farmer's share</i> .....	52
Tabel	4.13	Rasio keuntungan dan biaya .....	53

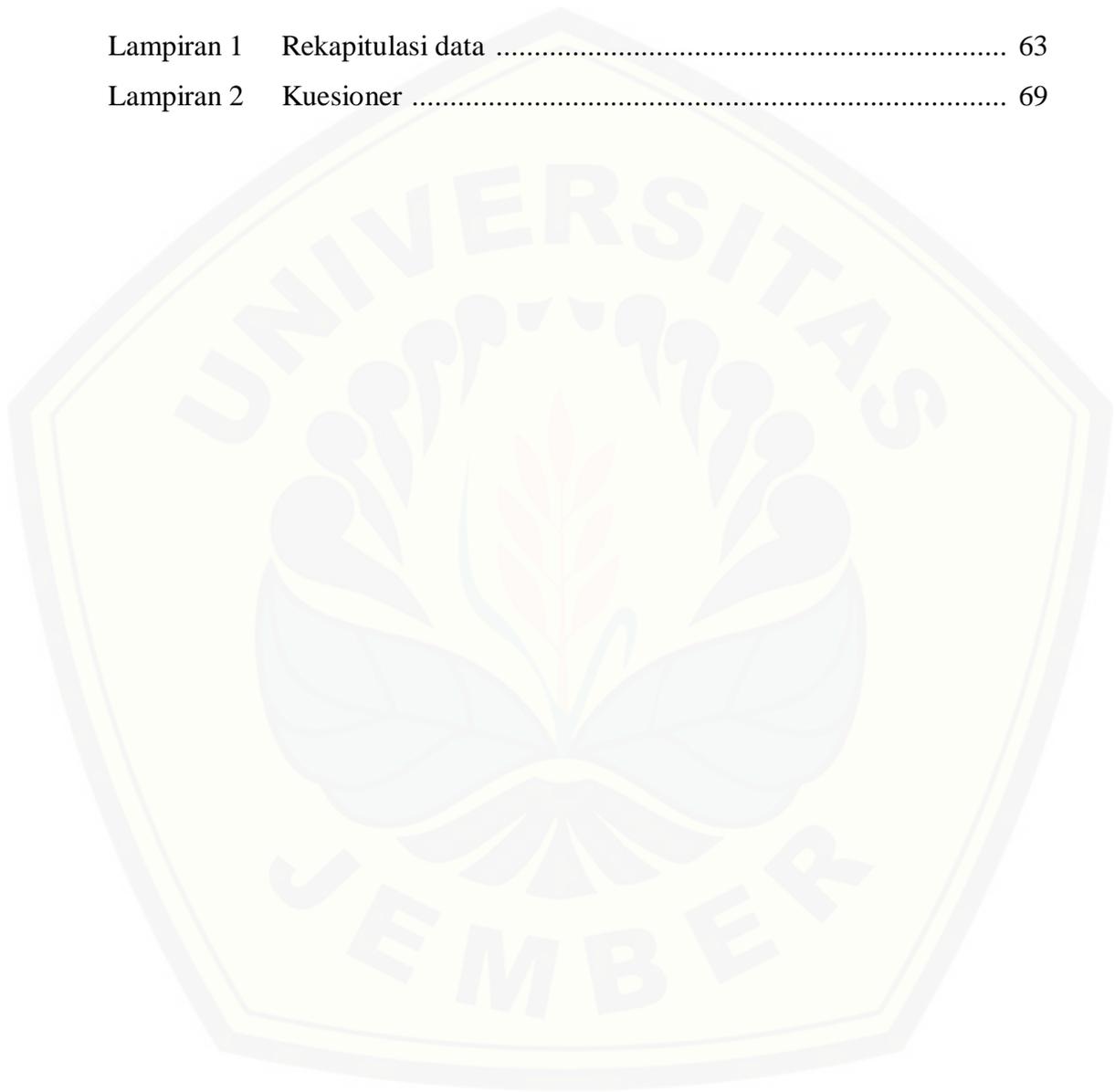
**DAFTAR GAMBAR**

Halaman	
Gambar 2.1	Kurva marjin tataniaga ..... 23
Gambar 2.2	Kerangka konseptual ..... 33
Gambar 4.1	keseluruhan sistem tata niaga petani tebu di Kabupaten Situbondo.. 64



**DAFTAR LAMPIRAN**

Halaman	
Lampiran 1	Rekapitulasi data ..... 63
Lampiran 2	Kuesioner ..... 69



## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor perkebunan mempunyai peranan yang penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi di Indonesia terutama dalam upaya meningkatkan pendapatan, penyerapan tenaga kerja, penerimaan devisa, kontribusi PDB, penyediaan bahan baku industri, dan pelestarian lingkungan. Berdasarkan harga yang berlaku PDB perkebunan mengalami kenaikan dari 398 260.70 miliar rupiah pada tahun 2014 menjadi 429 682 miliar rupiah pada tahun 2016 (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2014). Sebagai sektor yang penting maka Direktorat Jenderal Perkebunan menyusun “Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perkebunan 2015-2019” guna mendukung pencapaian tujuan pembangunan perkebunan. Pembangunan perkebunan tahun 2015-2019 akan lebih difokuskan pada 15 komoditas unggulan nasional yaitu karet, kelapa sawit, kakao, kelapa, jarak pagar, teh, kopi, jambu mete, lada, cengkeh, kapas, tembakau, tebu, nilam dan kemiri sunan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja pembangunan perkebunan selama lima tahun ke depan adalah luas areal, produksi dan produktivitas pada ke-15 komoditas tersebut (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2014). Ditinjau dari luas areal, kelompok tanaman semusim hanya sekitar 28% dari total areal perkebunan seluas kurang lebih 21 juta Ha akan tetapi peranan dari komoditas tanaman semusim penting dalam hal penyediaan bahan pangan nasional seperti gula dari tebu yang pada tahun 2014 ditargetkan untuk mencapai swasembada nasional.

Tebu merupakan salah satu tanaman perkebunan yang turut berperan dalam pembangunan ekonomi nasional dan memberikan kontribusi yang cukup besar pada subsektor perkebunan. Indonesia mempunyai keunggulan komparatif sebagai produsen gula tebu dilihat dari sisi sumber daya alam dan iklim. Tanaman tebu merupakan tanaman perkebunan semusim, yang mempunyai sifat tersendiri sebab didalam batangnya terdapat zat gula. Tebu hasil panen dari petani dapat dijual kepada pabrik gula yang akan diolah menjadi

gula ataupun kepada tengkulak dan makelar. Produksi tebu ini ditujukan untuk memenuhi permintaan pasar akan produk olahan tebu ini. Permintaan akan gula sebagai produk olahan tebu ini makin meningkat sedangkan produksi dalam negeri belum dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin besar. Pengembangan perlu dilakukan pada usaha tebu ini agar produksinya semakin meningkat dan dapat memenuhi permintaan pasar dalam negeri. Tebu dapat dikonsumsi dalam bentuk segar, diambil sari tebu kemudian menjadi minuman dan olahan tebu menjadi gula. Bahwa tanaman tebu di Indonesia memiliki luas areal yang besar 46.170.000 Ha sedangkan produksi tebu 2 623.900 ton (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2013)

Indonesia memiliki sentra-sentra produksi tebu yang selama ini menghasilkan tebu untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat akan gula. Salah satu sentra tebu di Indonesia adalah Provinsi Jawa Timur. Menurut data statistik areal perkebunan yang paling luas adalah Jawa Timur dengan pertumbuhan luas areal sekitar 8.78 % per tahun pada tahun 2013 sebesar 169.338 Ha menjadi 213.944 tahun 2014. Pertumbuhan areal perkebunan tebu di Indonesia sekitar 9.5% per tahun dari total areal perkebunan tebu menurut provinsi di Indonesia (Direktorat Jendral Perkebunan, 2014, dan D Yunitasari, 2015).Produksi tebu dapat berpengaruh terhadap pengembangan ekonomi nasional. Makin banyak tebu yang dihasilkan maka kontribusi subsektor perkebunan terhadap pengembangan ekonomi nasional akan meningkat.

Produksi tebu di beberapa provinsi mengalami fluktuasi pada tahun 2012-2015. Provinsi Jawa Timur mengalami peningkatan produksi 1.260.600 ton tahun 2014 dan mengalami penurunan di tahun 2013 sebesar 1.243.400 ton. Kemudian mengalami peningkatan kembali di tahun 2015 sebesar 1.310.700 ton.(Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2013)

Kabupaten Situbondo merupakan salah satu sentra penghasil tebu di Provinsi Jawa Timur. Luas areal yang ditanami tebu pada tahun 2013 sebesar 971,070 Ha dari 1278.18 Ha wilayah perkebunan Kabupaten Situbondo. Tebu yang dihasilkan di wilayah Kabupaten Situbondo pada tahun 2016 sebesar 119.365 ton. Hasil tebu dari Kabupaten Situbondo akan berkontribusi untuk

memenuhi permintaan masyarakat akan gula. Mayoritas penduduknya memiliki lahan yang ditanami tebu dan bekerja sebagai petani tebu. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Situbondo, 2016)

Semakin besar permintaan masyarakat akan gula maka petani penghasil tebu harus meningkatkan hasil produksinya agar permintaan tersebut terpenuhi. Kabupaten Situbondo sebagai salah satu daerah penghasil tebu akan berusaha mengoptimalkan hasil produksinya agar dapat berkontribusi dalam pemenuhan permintaan gula di Indonesia. Peningkatan hasil produksi yang dilakukan oleh petani juga akan menghadapi tantangan. Salah satu tantangan yang akan dihadapi oleh petani dalam meningkatkan hasil produksinya adalah mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar yang telah ada. Cara untuk mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar dapat melalui peningkatan kualitas tebu yang dihasilkan oleh petani, peranan lembaga-lembaga dalam tataniaga dan peningkatan produksi yang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja kerja petani dan cara budidaya yang baik.

Kendala yang terjadi pada petani tebu yaitu semakin banyak petani yang menjual secara bebas tebu miliknya kepada kontraktor tebu. Petani yang menjual tebu ke pedagang tebu tidak ingin sulit dalam mengurus hasil tebu dan biaya-biaya pemanenan dan pengangkutan dibayarkan oleh pedagang tebu. Masih banyak juga petani yang menjual tebunya melalui Asosiasi Petani Tebu Rakyat Indonesia dan biaya-biaya pemanenan di tanggung oleh petani. Petani tidak mengetahui saluran mana yang lebih efisien dalam menjual tebu hasil perkebunannya. Ketidaktahuan petani ini memaksa petani menjual tebunya sesuai kebutuhan petani. Selain mekanisme pemasaran yang belum efisien, teknik budidaya tebu akan menentukan kualitas tebu tersebut. Sebagai contoh, jika petani tidak mengelupas batang yang telah mengering, hal ini akan menghambat tebu untuk mengubah zat-zat unsur hara menjadi gula. Sehingga tebu yang dihasilkan memiliki rendemen yang rendah.

Kualitas tebu yang dihasilkan petani tidak sesuai dengan rencana rendemen pabrik mengindikasikan bahwa budidaya yang dilakukan oleh petani tebu belum sesuai dengan prosedur. Banyaknya saluran yang tercipta pada

pemasaran tebu dan ketidaktahuan petani dalam menentukan saluran yang lebih efisien mengindikasikan sistem tataniaga tebu yang ada pada Kabupaten Situbondo tidak efisien. Selain itu, keuntungan yang diterima petani bila dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan sangat kecil. Sistem tataniaga tebu yang tidak efisien akan mengakibatkan terciptanya margin tataniaga yang cukup besar dan adanya kesenjangan harga antar lembaga tataniaga. Posisi tawar petani tebu (*bargaining position*) sangat rendah karena petani tidak dapat menentukan harga dari tebu yang dihasilkannya dan kurangnya informasi pasar yang tersedia bagi petani sehingga bagian yang diterima oleh petani sedikit. Oleh karena itu, tujuan kajian ini adalah menganalisis "Tataniaga Perkebunan Tebu Rakyat Kabupaten Situbondo"

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran tataniaga tebu yang terbentuk di Kabupaten Situbondo?
2. Bagaimana alur, struktur dan perilaku pasar tataniaga tebu di Kabupaten Situbondo?
3. Bagaimana efisiensi tataniaga tebu pada setiap saluran tataniaga di Kabupaten Situbondo dengan pendekatan margin tataniaga *farmer's share* dan rasio biaya dan keuntungan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi saluran tataniaga tebu yang terbentuk di Kabupaten Situbondo.
2. Mengidentifikasi alur, struktur dan perilaku pasar tataniaga tebu di Kabupaten Situbondo

3. Mengidentifikasi efisiensi tataniaga tebu pada setiap saluran tataniaga di Kabupaten Situbondo dengan pendekatan marjin tataniaga, *farmer's share* dan rasio biaya dan keuntungan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi petani, sebagai informasi dalam upaya melakukan efisiensi jalur tataniaga tebu sehingga kesejahteraan petani meningkat.
2. Bagi pemerintah, sebagai bahan masukan dalam membuat kebijakan untuk mengefisienkan tataniaga tebu.
3. Bagi pihak lain, sebagai bahan referensi dalam upaya penyempurnaan masalah penelitian
4. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru bagi penulis dan meningkatkan kompetensi dalam menerapkan ilmu yang diperoleh dalam proses perkuliahan ekonomi pembangunan.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan teori

#### 2.1.1 Pembangunan Ekonomi dan Pertumbuhan Ekonomi

Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses multidimensional yang mencakup berbagai perubahan mendasar atas struktur sosial, sikap-sikap masyarakat, dan institusi-institusi nasional, di samping tetap mengejar akselerasi pertumbuhan ekonomi, penanganan ketimpangan pendapatan, serta pengentasan kemiskinan (Todaro dan Smith, 2006). Pembangunan ekonomi tersebut mencakup berbagai aspek-aspek pembentuk seperti ekonomi, sosial, politik dan lainnya dimana aspek-aspek tersebut saling bersinergi untuk mencapai keberhasilan pembangunan baik di tingkat pusat maupun daerah. Oleh karena itu, diperlukan peran serta baik dari masyarakat maupun pemerintah dalam mencapai tujuan tersebut.

Pengertian lain dari pembangunan ekonomi menurut Sukirno (2006) adalah serangkaian usaha dalam suatu perekonomian untuk mengembangkan kegiatan ekonominya sehingga infrastruktur lebih banyak tersedia, perusahaan semakin banyak dan semakin berkembang, taraf pendidikan semakin tinggi dan teknologi semakin meningkat. Sebagai implikasi dari perkembangan ini diharapkan dapat meningkatkan kesempatan kerja dan tingkat pendapatan masyarakat sehingga taraf kehidupan masyarakat semakin membaik.

Berdasarkan kedua pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pembangunan ekonomi merupakan usaha-usaha yang dilakukan oleh pemerintah baik nasional maupun daerah untuk kesejahteraan masyarakatnya. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu tolok ukur yang digunakan untuk menentukan berhasil tidaknya pembangunan ekonomi di suatu negara atau daerah.

Sebagai salah satu tujuan dari pembangunan ekonomi, pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauhmana aktivitas perekonomian akan menghasilkan tambahan pendapatan bagi masyarakat pada suatu periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan kenaikan PDB/ PDRB tanpa memandang apakah

kenaikan itu lebih besar atau lebih kecil dari tingkat pertumbuhan penduduk atau terjadi perubahan struktur ekonomi atau tidak. Menurut Todaro dan Smith (2006), sumber pertumbuhan ekonomi dapat meliputi berbagai faktor baik ekonomi maupun non ekonomi, namun sumber-sumber utama pertumbuhan ekonomi adalah adanya investasi-investasi yang mampu memperbaiki kualitas modal atau sumber daya fisik, yang selanjutnya dapat meningkatkan produktivitas seluruh sumber daya melalui penemuan-penemuan baru, inovasi dan kemajuan teknologi.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Kuznets mengenai sejarah pertumbuhan pendapatan nasional negara-negara maju, telah memberikan definisi pertumbuhan ekonomi yaitu kenaikan kapasitas dalam jangka panjang dari Negara yang bersangkutan untuk menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya. Kenaikan kapasitas ditentukan atau dimungkinkan oleh adanya kemajuan atau penyesuaian-penyesuaian teknologi, institusional, dan ideologis terhadap tuntutan keadaan yang ada.

Selain memberikan definisi pertumbuhan ekonomi, dalam studinya juga dijabarkan enam karakteristik proses pertumbuhan ekonomi di hampir semua Negara yang sekarang maju meliputi tingkat pertumbuhan output per kapita dan pertumbuhan penduduk yang tinggi; tingkat kenaikan produktivitas faktor total yang tinggi; tingkat transformasi struktural yang tinggi; tingkat transformasi sosial dan ideologi yang tinggi; adanya kecenderungan negara-negara yang mulai atau yang sudah maju perekonomiannya untuk berusaha merambah bagian-bagian dunia lainnya sebagai daerah pemasaran dan sumber bahan baku yang baru serta terbatasnya penyerapan pertumbuhan ekonomi yang hanya mencapai sekitar sepertiga bagian penduduk dunia.

### **2.1.2 Teori Ekonomi Kelembagaan Pembangunan**

Pasar mengalami kegagalan dalam hal mencapai keadilan untuk masyarakatnya dikarenakan adanya biaya transaksi yang berasal dari informasi yang tidak mencukupi, penegakan hak kepemilikan dan hambatan untuk masuk ke pasar bagi peserta baru. Sehingga diperlukan lembaga yang membantu

mengelola resiko dari pasar perdagangan, meningkatkan efisiensi dan menaikkan hasil (World Bank, 2002). Hal tersebut sejalan dengan yang terjadi pada dekade 1980-an, tentang pembahasan institusi atau kelembagaan yang mulai berkembang dalam ilmu ekonomi, hal tersebut dikarenakan sudah semakin banyak ekonom yang menyadari bahwa kegagalan pembangunan ekonomi pada umumnya disebabkan oleh kegagalan institusi. Perkembangan tentang kajian peranan institusi di dalam pembangunan ekonomi tersebut melahirkan suatu cabang baru ilmu Ekonomi kelembagaan ini yang menekankan analisisnya pada pengaruh biaya transaksi (transaction costs).

Menurut Hasibuan (2003) dalam jurnal Relevansi dan Aplikasi Aliran Ekonomi Kelembagaan oleh Purbayu Budi Santosa menyatakan aliran ekonomi Kelembagaan adalah untuk melihat ilmu ekonomi dengan satu kesatuan ilmu sosial, seperti psikologi, sosiologi, politik, antropologi, sejarah, dan hukum, yang dirangkum dalam analisis ekonomi yang pada garis besarnya menentang pasar bebas atau persaingan bebas. Sehingga ekonomi kelembagaan dapat diartikan sebagai ekonomi yang mengasumsikan bahwa kelembagaan (rule of the game) berperan sentral dalam membentuk suatu perekonomian yang efisien bagi masyarakatnya, mengasumsikan bahwa kelembagaan dan organisasi berupaya mencapai tingkat efisiensi dan meminimalisasikan biaya menyeluruh, tidak hanya berupa ongkos produksi seperti konsepnya ekonomi Neoklasik, akan tetapi juga biaya transaksi.

Terdapat tiga karakteristik ekonomi kelembagaan (Kapp, 1988-99): Adanya kritik umum terhadap anggapan awal dan elemen normatif yang tersembunyi dari analisis ekonomi tradisional, pandangan umum proses ekonomi sebagai sistem terbuka dan bagian dari jaringan sosio kultural, penerimaan umum atas prinsip sebab-akibat untuk menjelaskan dinamika proses ekonomi termasuk proses keterbelakaan dan pembangunan. Dengan delapan aspek ekonomi kelembagaan menurut Samuels (1995;573) yaitu: ekonomi kelembagaan cenderung menekankan proses evolusioner melalui penolakan teori ekonomi klasik tentang mekanisme penyesuaian otomatis pada kenaikan harga-harga, menolak pandangan neoklasik mengenai pasar bebas dan pasar yang

efisien karena mengutamakan eksistensi kelembagaan yang mengadaikan tindakan kolektif serta sistem pasar merupakan hasil dari perbedaan kelembagaan yang berlangsung dalam kurun waktu yang lama, faktor teknologi merupakan hasil perubahan yang berkesinambungan, sumber daya dialokasikan melalui struktur kelembagaan oleh elit lokal dan penyusun kebijakan yang berpotensi terjadinya kolusi, teori kelembagaan merupakan nilai kepentingan terhadap kelembagaan, struktur sosial dan perilaku, kultur dan kekuasaan menentukan bagaimana individu berperilaku sehingga cenderung bertindak secara kolektif, ahli ekonomi kelembagaan lebih pluralis/demokratis dalam orientasinya, melihat bahwa ekonomi merupakan cara pandang yang menyeluruh untuk menjelaskan aktifitas ekonomi dalam prespektif multidisipliner.

### **2.1.3 Teori Pembangunan Agroindustri**

Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut (Soekartawi, 2001). Secara eksplisit agroindustri adalah perusahaan yang memproses bahan nabati (yang berasal dari tanaman) atau hewani (yang dihasilkan oleh hewan). Proses yang digunakan mencakup pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan dan distribusi. Produk agroindustri ini dapat merupakan produk akhir yang siap dikonsumsi ataupun sebagai produk bahan baku industri lainnya. Agroindustri merupakan bagian dari kompleks industri pertanian sejak produksi bahan pertanian primer, industri pengolahan atau transformasi sampai penggunaannya oleh konsumen. Agroindustri merupakan kegiatan yang saling berhubungan (interlasi) produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pendanaan, pemasaran dan distribusi produk pertanian.

Pengembangan agroindustri pada hakekatnya merupakan upaya mendayagunakan sumber daya alam dan sumber daya pembangunan lainnya agar lebih produktif, mampu mendatangkan nilai tambah, memperbesar perolehan devisa dan menyerap banyak tenaga kerja dengan memanfaatkan keunggulan koparatif dan kompetitif yang dimilikinya. Artinya pengembangan

subsektor ini diarahkan menciptakan keterkaitan yang erat antara sektor pertanian dan sektor industri, sehingga mampu menopang pembangunan ekonomi nasional (Soekartawi,2001).

#### **2.1.4 Konsep Tataniaga**

Istilah tataniaga saat ini lebih dikenal dengan istilah pemasaran atau marketing. Tataniaga merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan/atau jasa dari produsen ke konsumen (Hanafie 2010).

Tujuan akhir dari tataniaga adalah menempatkan barang-barang ke tangan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu dilaksanakan kegiatan-kegiatan tataniaga yang melibatkan lembaga-lembaga yang berkepentingan dalam proses tataniaga. Sedangkan menurut Kotler dan Susanto (2000) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi tersebut berdasarkan pada kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk, nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar dan pemasaran serta pemasar.

Asmarantaka (2012) menyebutkan bahwa pengertian pemasaran dapat ditinjau dari aspek ilmu ekonomi (makro) dan ilmu manajemen (mikro). Pengertian pemasaran dari aspek manajemen adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya terdapat individu atau kelompok dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Pengertian tataniaga dilihat dari aspek ilmu ekonomi adalah:

- 1) Pemasaran produk agribisnis merupakan keragaan dari semua aktivitas bisnis dalam mengalirkan produk dan jasa dari petani produsen sampai ke konsumen akhir.
- 2) Pemasaran pertanian merupakan serangkaian fungsi yang diperlukan dalam menggerakkan input atau produk dari tingkat produksi primer hingga

konsumen akhir. Tataniaga produk pertanian merupakan serangkaian tahapan, fungsi yang diperlukan untuk memperlihatkan pergerakan input atau produk dari tingkat produksi primer di tingkat petani hingga konsumen akhir. Tahapan tersebut merupakan kegiatan produktif yang pelaksanaan fungsi tersebut dilakukan oleh lembaga-lembaga tataniaga (Hammond dan Dahl 1997).

- 3) Rangkaian fungsi-fungsi tersebut merupakan aktivitas bisnis dan merupakan kegiatan yang produktif karena proses meningkatkan nilai, meliputi nilai guna bentuk (*value-added process*), tempat (*place utility*), waktu (*time utility*), dan kepemilikan (*possession utility*).
- 4) Dari pendekatan sistem agribisnis, pemasaran agribisnis merupakan salah satu sub-sistem dari sistem tersebut. Sistem agribisnis terdiri dari sub-sistem: sarana produksi pertanian (sub-sistem input), usahatani (*on farm*), pemasaran, dan pengolahan hasil pertanian serta sub-sistem penunjang. Sistem tataniaga dideskripsikan sebagai kumpulan komponen-komponen kegiatan yang saling terikat dan terkoordinasi yang dilakukan oleh individu atau lembaga untuk melakukan proses transaksi antar produsen dan konsumen melalui peningkatan kegunaan hak milik, kegunaan tempat, serta waktu dan bentuk. Suatu sistem tataniaga dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan.

Pendekatan yang umum dilakukan berdasarkan (Purcell, 1977; Gonarsyah, 1996/1997; Kohl dan Uhl, 1990 dan 2002) diacu dalam Asmarantaka (2012), yaitu:

- 1) Pendekatan Fungsi (*The Fungsional Approach*) merupakan pendekatan studi pemasaran dari aktivitas-aktivitas bisnis yang akan meningkatkan dan atau menciptakan nilai guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pendekatan ini terdiri dari fungsi pertukaran (pembelian/pengumpulan dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan, pengolahan dan pengangkutan), dan fungsi fasilitas (standarisasi, pembiayaan, pengurangan risiko, dan inteligen pemasaran).

- 2) Pendekatan Kelembagaan (*The Institutional Approach*) dimana menjawab permasalahan tataniaga yaitu “*who*” dari pelaku-pelaku dalam system pemasaran. Pelaku-pelaku ini adalah pedagang perantara (*merchant middleman*), agen perantara (*agent middlement*), pedagang spekulator, pengolah dan pabrikan (*processors and manufactures*) dan organisasi lainnya yang terlibat.
- 3) Pendekatan Sistem (*The Behavior System Approach*) menekankan pada keseluruhan sistem yang secara kontinu dan efisien dari seluruh sub-sub system yang ada didalam aliran produk/jasa mulai dari petani produsen primer sampai ke konsumen akhir.

### 2.1.5 Lembaga dan Saluran Tataniaga

Lembaga tataniaga adalah bagian-bagian yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi tataniaga dimana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen. Menurut Daniel (2004) lembaga tataniaga adalah orang atau badan ataupun perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran hasil pertanian. Lembaga tataniaga ini bisa termasuk golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa (Hanafiah dan Saefuddin 1986). Lembaga tersebut membeli dan mengumpulkan barang barang dari produsen dan menyalurkannya kepada konsumen.

Lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses tataniaga digolongkan menjadi lima kelompok (Asmarantaka 2012), diantaranya:

- 1) Pedagang perantara (*Merchant middlemen*) adalah individu pedagang yang melakukan penanganan berbagai fungsi tataniaga dalam pembelian dan penjualan produk dari produsen ke konsumen. Pedagang ini memiliki dan menguasai produk. Pedagang perantara meliputi, pedagang pengumpul (*assembler*), pedagang eceran (*retailers*), dan pedagang grosir (*wholesalers*).
- 2) Agen perantara (*Agent middlemen*) hanya mewakili klien yang disebut principals dalam melakukan penanganan produk/jasa. Kelompok ini hanya menguasai produk dan mendapatkan pendapatan dari *fee* dan komisi.

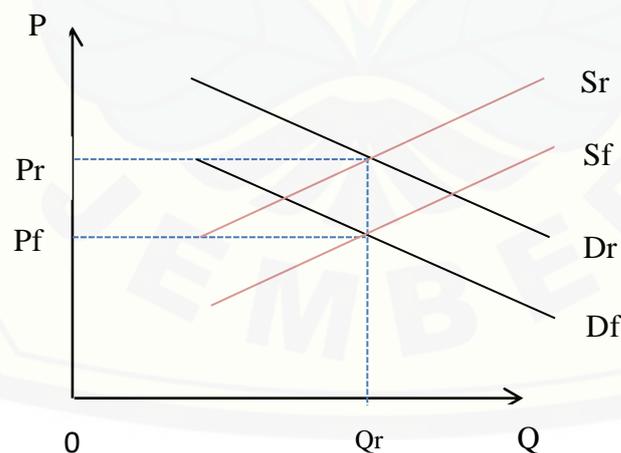
- 3) Spekulator (*Speculative middlemen*) adalah pedagang perantara yang membeli atau menjual produk untuk mencari keuntungan dengan memanfaatkan adanya pergerakan harga (minimal-maksimal).
- 4) Pengolah dan pabrikan (*Processors and Manufacturers*) adalah sekelompok pebisnis yang aktivitasnya menangani produk dan merubah bentuk bahan bakumenjadi bahan setengah jadi atau produk akhir. Aktivitasnya menambah kegunaan waktu, tempat, bentuk dan kepemilikan dari bahan baku.
- 5) Organisasi (*Facilitative Organization*) yang mebantu memperlancar aktivitas pemasaran atau pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran. Sebagian produsen tidak secara langsung menjual barang langsung kepada konsumen, di antara mereka terdapat sekelompok perantara yang melakukan beragam fungsi. Penyaluran produk dari produsen hingga kepada konsumen yang telah melibatkan lembaga tataniaga selanjutnya akan membentuk suatu saluran tataniaga atau saluran pemasaran. Saluran pemasaran (*marketing channels*) adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan dan dikonsumsi. Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen.Selain itu juga dapat mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan. Saluran yang dipilih nantinya akan mempengaruhi semua keputusan pemasaran lainnya.

Limbong dan Sitorus (1987) mendefinisikan saluran tataniaga sebagai suatuhimpunan perusahaan atau perorangan atau serangkaian lembaga-lembaga tataniaga yang mengambil alih hak, atau membantu dalam pengalihan hak atas barang dan jasa tertentu selama barang dan jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.Produsen dan konsumen merupakan bagian dari saluran.Saluran tingkat satu mengandung satu perantara penjualan, seperti pengecer.Saluran tingkat dua mengandung dua perantara, seperti pedagang grosir dan pengecer.Saluran tingkat tiga terdiri dari tiga perantara.

Menurut Boyd, Walker dan Larreche (2002), saluran pemasaran adalahhimpunan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses untuk membuat produk atau jasa yang siap untuk dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen atau pengguna industrial. Tujuan utama dalam merancang saluran pemasaran adalah menemukan kombinasi perantara yang paling efisien untuk produk pasar tertentu, saluran yang meminimalkan biaya distribusi namun juga menjangkau dan memuaskan konsumen sasaran.

### 2.1.6 Marjin Tataniaga

Menurut Hanafie (2010) marjin pemasaran adalah harga yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Margin tataniaga digunakan untuk menganalisis sebaran harga yang dibayar konsumen akhir kepada petani. Marjin tataniaga menurut Limbong dan Sitorus (1985) adalah perbedaan harga yang dibayarkan konsumen ( $P_r$ ) dengan harga yang diterima oleh produsen ( $P_f$ ). Sehingga marjin tataniaga dapat dikatakan sebagai selisih dari harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir ( $P_r - P_f$ ).



Gambar 2.1. Kurva Marjin Tataniaga

Keterangan:

Pf & Pr = Harga di tingkat petani dan harga di tingkat pengecer

Df & Dr = Permintaan di tingkat petani dan permintaan di tingkat konsumen akhir

Sf & Sr = Penawaran di tingkat petani dan penawaran di tingkat konsumen akhir

Q<sub>r,f</sub> = Jumlah produk di tingkat petani dan konsumen akhir

(Pr-Pf) = Margin tataniaga

(Pr-Pf)Q = Nilai margin tataniaga

Proses pembentukan margin tataniaga dapat dilihat pada gambar 1. Kurva supply dan demand di setiap tingkat pasar mempunyai slope yang sama dan jumlah transaksi yang sama. Asmarantaka (2009) mendefinisikan margin pemasaran yang merupakan  $M = Pr - Pf$  atau margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya dan keuntungan perusahaan yang terlibat dalam sistem pemasaran tersebut. Margin juga didefinisikan sebagai  $M = C + \pi$  dimana  $C =$  biaya-biaya (input pemasaran) dan  $\pi$  adalah keuntungan perusahaan. Besarnya nilai Margin Tataniaga yang merupakan hasil perkalian dari perbedaan harga pada dua tingkat lembaga tataniaga (dalam hal ini selisih harga eceran dengan harga petani) dengan jumlah produk yang dipasarkan. Semakin besar perbedaan harga antara lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat, terutama antara harga yang terjadi di tingkat eceran dengan harga yang diterima petani, maka semakin besar pula margin tataniaga dari komoditi yang bersangkutan.

### 2.1.7 Farmer's Share

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi operasional dalam kegiatan tataniaga adalah dengan menghitung bagian yang diterima oleh petani (*farmer's share*). Kohls dan Uhl (2002) mendefinisikan *farmer's share* sebagai persentase harga yang diterima oleh petani sebagai imbalan dari kegiatan usahatani yang dilakukannya dalam menghasilkan suatu komoditas. *Farmer's share* (Fs) ditentukan oleh besarnya rasio harga yang diterima

produsen ( $P_f$ ) dan harga yang dibayarkan konsumen ( $P_r$ ). Secara matematik, Asmarantaka (2009) merumuskan *farmer's share* sebagai berikut:

$$Fs = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Keterangan:

$Fs$  : *Farmer's share*

$P_f$  : Harga di tingkat petani

$P_r$  : Harga di tingkat konsumen

*Farmer's share* mempunyai nilai yang relatif rendah jika harga di tingkat konsumen akhir relatif lebih tinggi dibanding harga yang diterima oleh petani. Sebaliknya, *farmer's share* mempunyai nilai yang relatif lebih tinggi jika harga ditingkat konsumen akhir tidak terpaut jauh dibanding harga yang diterima oleh petani.

### 2.1.8 Rasio Keuntungan dan Biaya

Besarnya rasio keuntungan dan biaya digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi tataniaga. Asmarantaka (2009) menyatakan bahwa salah satu indikator yang dapat digunakan dalam pengukuran efisiensi operasional adalah dengan menggunakan rasio antara keuntungan terhadap biaya tataniaga. Apabila penyebaran rasio keuntungan ( $\pi$ ) dan biaya ( $C$ ) dalam sistem tataniaga merata pada setiap lembaga, maka secara operasional sistem tataniaga akan semakin efisien, karena pembandingan *opportunity cost* dari biaya adalah keuntungan sehingga indikatornya adalah  $\pi/C$  dan harus bernilai positif ( $> 0$ ). Rasio keuntungan terhadap biaya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rasio Keuntungan dan Biaya} = \frac{\pi_i}{C_i}$$

Keterangan:

$\pi_i$  : Keuntungan lembaga tataniaga ke- $i$

$C_i$  : Biaya tataniaga pada lembaga tataniaga ke- $i$

## 2.2 Penelitian Terdahulu

1. Dwi Setyawati Putri (2014) Analisis Tataniaga Tebu, Desa Pintu, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 saluran tataniaga. Berdasarkan margin tataniaga, farmer's share, dan rasio keuntungan terhadap biaya menunjukkan saluran tataniaga 1 merupakan saluran yang efisien dengan penjualan langsung dari petani ke pabrik gula dan saluran 4 merupakan saluran yang efisien dengan penjualan melalui pedagang perantara
2. Anggriani Putri Soetrisniati (2011) Analisis Tataniaga Tebu (Studi Kasus Desa Pulorejo, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang, Jawa Timur). Saluran tataniaga yang efisien dalam sistem tataniaga tebu di Desa Pulorejo, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang, Jawa Timur adalah saluran tataniaga I. Hal ini dapat dilihat dari nilai margin tataniaga, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya. Namun, saluran tataniaga III yang paling digemari oleh petani dan memiliki volume penjualan paling besar.
3. Maimun (2009) Analisis Pendapatan Usahatani Dan Nilai Tambah Saluran Pemasaran Kopi Arabika Organik Dan Non Organik (Studi Kasus Pengolahan Bubuk Kopi Ulee Kareng Di Banda Aceh) Dari hasil analisis usahatani biaya kopi arabika organik dan non organik tidak berbeda jauh selisih biayanya. Pendapatan usahatani kopi arabika organik lebih besar dibandingkan dengan usahatani kopi arabika non organik. Hal ini bisa disimpulkan bahwa kopi organik lebih menguntungkan. Terdapat satu saluran pemasaran kopi arabika organik dan non organik. Dilihat dari biaya saluran pemasaran maka kopi arabika non organik lebih efisien.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

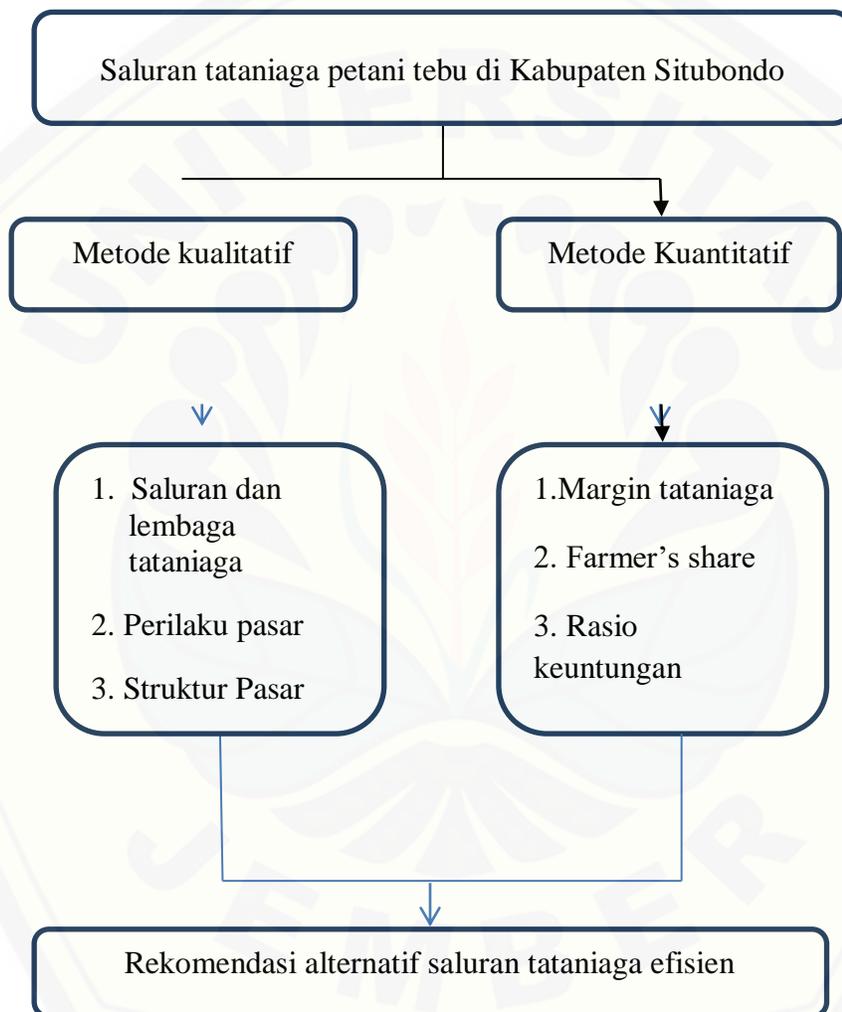
No	Peneliti	Judul	Hasil
1	Dwi Setyawati Putri (2014)	Analisis Tataniaga Tebu, Desa Pintu, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 saluran tataniaga. Berdasarkan marjin tataniaga, farmer's share, dan rasio keuntungan terhadap biaya menunjukkan saluran tataniaga 1 merupakan saluran yang efisien dengan penjualan langsung dari petani ke pabrik gula dan saluran 4 merupakan saluran yang efisien dengan penjualan melalui pedagang perantara
2	Anggriani Soetrisniati (2011)	Analisis Tataniaga Tebu (Studi Kasus Desa Pulorejo, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang, Jawa Timur).	Saluran tataniaga yang efisien dalam sistem tataniaga tebu di Desa Pulorejo, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang, Jawa Timur adalah saluran tataniaga I. Hal ini dapat dilihat dari nilai margin tataniaga, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya. Namun, saluran tataniaga III yang paling digemari oleh petani dan memiliki volume penjualan paling besar.
3	Maimun (2009)	Analisis Pendapatan Usahatani Dan Nilai Tambah Saluran Pemasaran Kopi Arabika Organik Dan Non Organik (Studi Kasus Pengolahan Bubuk Kopi Ulee Kareng Di Banda Aceh)	Dari hasil analisis usahatani biaya kopi arabika organik dan non organik tidak berbeda jauh selisih biayanya. Pendapatan usahatani kopi arabika organik lebih besar dibandingkan dengan usahatani kopi arabika non organik. Hal ini bisa disimpulkan bahwa kopi organik lebih menguntungkan. Terdapat satu saluran pemasaran kopi arabika organik dan non organik. Dilihat dari biaya saluran pemasaran maka kopi arabika non organik lebih efisien

### 2.3 Kerangka Pemikiran Operasional

Tebu merupakan tanaman semusim yang dijadikan salah satu komoditas unggulan dalam Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perkebunan 2010-2014. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja pembangunan perkebunan tebu selama lima tahun ke depan adalah luas areal, produksi dan produktivitas (Direktorat Jenderal Perkebunan 2013). Produksi dan produktivitas tebu akan berpengaruh pada ketersediaan gula nasional. Kebutuhan gula nasional baik untuk konsumsi langsung rumah tangga maupun industri akan terus meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk. Namun pemenuhan gula nasional belum bisa terpenuhi seluruhnya, sehingga harus melakukan impor gula. Swasembada gula belum bisa terpenuhi, swasembada hanya untuk kebutuhan gula konsumsi, sementara untuk kebutuhan industri terpaksa masih harus impor. Sehingga harga yang berlaku di tingkat petani tebu tidak mengalami peningkatan yang besar, petani mendapatkan harga yang rendah berdasarkan pengamatan di lapangan. Belum lagi apabila petani menjual secara bebas tebu miliknya pada pedagang. Kabupaten Situbondo merupakan salah satu sentra penghasil tebu di Jawa Timur. Kegiatan usahatani tebu ini membutuhkan sistem tataniaga yang baik untuk memasarkan produk hasil dari petani tebu. Tataniaga tebu di Kabupaten Situbondo melibatkan petani produsen tebu dan lembaga-lembaga tataniaga dalam pendistribusian tebu hingga mencapai tangan konsumen akhir. Salah satu permasalahan dalam tataniaga tebu di Kabupaten Situbondo adalah rendahnya harga di tingkat petani, belum lagi jika mereka menjual tebu secara borongan. Transparansi rendemen yang tidak ada dan tidak ada juga pemberitahuan jumlah produksi tebu petani non mitra dari pedagang. Melihat kondisi tersebut, dilakukan sebuah analisis secara menyeluruh untuk mengetahui kondisi pelaksanaan sistem tataniaga di Kabupaten Situbondo dan melihat saluran yang lebih efisien dari sistem tataniaga.

Pendekatan analisis sistem tataniaga meliputi analisis lembaga tataniaga yang terlibat, saluran tataniaga yang terbentuk, fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh setiap lembaga tataniaga, struktur dan perilaku pasar tataniaga tebu yang

terjadi. Analisis terkait margin tataniaga, *farmer's share*, dan rasiokeuntungan dan biaya dilakukan untuk dijadikan sebagai indikator dalam mengukur efisiensi operasional dari sistem tataniaga tebu yang terjadi. Alur kerangka pemikiran operasional dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2.2 Alur Kerangka Pemikiran Operasional

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang bersifat sementara atau suatu dugaan, yang masih harus dibuktikan kebenarannya. Adapun hipotesis yang bisa penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Diduga saluran tataniaga tebu rakyat di Kabupaten Situbondo terdiri dari empat saluran.
2. Diduga margin tataniaga dan distribusinya pada masing-masing lembaga tataniaga tebu rakyat berbeda di Kabupaten Situbondo.
3. Diduga tataniaga tebu rakyat di Kabupaten Situbondo pada setiap saluran tataniaga sudah efisien.

## BAB 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian berupa data primer dan data sekunder.

1. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung dan wawancara dengan para petani, lembaga pemasaran yang ada serta pihak-pihak yang berkepentingan lainnya. Wawancara dilakukan dengan menyiapkan daftar pertanyaan (kuesioner) yang akan diajukan.
2. Data sekunder diperoleh melalui laporan tahunan tertulis lembaga atau institusi yang terkait dalam penelitian ini, seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Direktorat jenderal Perkebunan, Dinas Perkebunan Jawa Timur, Dinas Perkebunan Kabupaten Situbondo, dan Perpustakaan Universitas Jember. Selain itu diperoleh dari studi literatur buku-buku yang relevan, hasil penelitian, situs internet, dan literatur lainnya yang mendukung pelaksanaan penelitian ini. Data sekunder ini dipergunakan sebagai pelengkap dari data primer.

### 3.2 Metode Penentuan Responden

Metode pengambilan responden dalam penelitian ini dilakukan secara *snowball sampling*. Metode *snowball sampling* digunakan untuk pengambilan sampel petani tebu. Responden yang digunakan sebagai sampel adalah petani tebu yang berada di wilayah tengah kabupaten Situbondo yang berada di 6 (enam) kecamatan yaitu Panarukan, Kendit, Mangaran, Panji, Situbondo, dan kapongan. Penentuan responden petani ditentukan secara *snowball sampling* berdasarkan informasi yang diperoleh dari Ketua APTRI (Asosiasi Petani Tebu Rakyat Situbondo) Situbondo. Jumlah responden petani yang digunakan sebagai sampel adalah sebanyak 30 orang petani yang ada di Kabupaten Situbondo. Jumlah tersebut dianggap mewakili keragaman saluran tataniaga tebu yang digunakan di Kabupaten

Situbondo. Petani dibedakan menjadi 2 yaitu petani mitra dan petani non mitra. Petani mitra berjumlah 15 orang dan petani non mitra berjumlah 15 orang.

Penentuan responden lembaga tataniaga dilakukan dengan metode *snowball sampling*. Pengambilan sampel untuk pedagang dan lembaga tataniaga selain petani tebu dilakukan dengan mengikuti alur tataniaga mulai dari petani responden sampai ke pabrik gula. Jumlah pedagang pada penelitian ini adalah 5(lima) orang. Informasi dari metode ini diperoleh berdasarkan informasi dari responden sebelumnya yaitu petani tebu.

### 3.3 Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam mengolah dan menganalisis data pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk menggambarkan secara deskriptif dari karakteristik responden, saluran tataniaga, lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran, fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan lembaga yang terlibat serta struktur dan perilaku pasar. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis efisiensi saluran tataniaga dengan menghitung besaran margin tataniaga, farmer's share dan rasio keuntungan biaya yang ada pada saluran tataniaga tebu yang terjadi di Kabupaten Situbondo. Alat yang digunakan untuk menganalisis data kuantitatif ini adalah *microsoft excel*.

#### 3.3.1 Analisis Saluran dan Lembaga Tataniaga

Saluran tataniaga tebu di Kabupaten Situbondo dapat dianalisis dengan mengamati lembaga tataniaga yang membentuk saluran tataniaga. Lembaga tataniaga melakukan kegiatan dimana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai ke pihak konsumen. Lembaga tataniaga ini termasuk golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa. Saluran tataniaga disetiap lembaga berbeda. Perbedaan tersebut berpengaruh pada pembagian pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat.

### 3.3.2 Analisis Alur Tataniaga

Analisis alur tataniaga digunakan untuk mengetahui aktivitas-aktivitas alur tataniaga yang dilakukan oleh setiap lembaga tataniaga yang terlibat selama produk bergerak dari petani sampai kepada konsumen. Analisis alur tataniaga dilihat dari alur pertukaran berupa aktivitas penjualan dan pembelian, alur fisik berupa aktivitas pengangkutan, pengolahan, pengemasan dan penyimpanan, serta alur fasilitas berupa aktivitas penanggulangan risiko, pembiayaan dan informasi pasar.

### 3.3.3 Analisis Struktur Pasar

Analisis struktur pasar dilakukan untuk mengetahui kondisi hubungan antara setiap lembaga tataniaga dilihat dengan pendekatan struktur pasar. Selain itu, analisis ini bertujuan untuk melihat apakah struktur pasar yang terjadi memiliki kecenderungan mendekati pasar persaingan sempurna atau tidak sempurna dengan memperhatikan komponen-komponen yang digunakan untuk melihat kondisi struktur pasar.

### 3.3.4 Analisis Perilaku Pasar

Perilaku pasar menunjukkan pola perilaku dalam menghadapi perubahan yang terjadi dalam proses tataniaga. Pemahaman mengenai tingkah laku pasar dapat dilakukan dengan pendekatan jumlah pelaku tataniaga yang terlibat, sifat produk, sumber informasi dan hambatan untuk memasuki pasar. Pemahaman tingkah laku pasar dapat diketahui dengan cara penentuan harga dan praktek fungsi tataniaga lainnya. Perilaku pasar dijelaskan secara deskriptif dengan mengamati praktik penjualan dan pembelian tebu.

### 3.3.5 Analisis Margin Tataniaga

Analisis margin tataniaga digunakan untuk melihat tingkat efisiensi operasional tataniaga tebu. Margin tataniaga dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap tingkat lembaga tataniaga. Margin

tataniaga juga dapat diperoleh dengan melihat perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Margin tataniaga digunakan untuk mengetahui perbedaan pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat. Margin tataniaga terdiri dari biaya tataniaga dan keuntungan biaya. Besarnya margin tataniaga dipengaruhi oleh jalur tataniaga komoditas yang bersangkutan. Margin tataniaga diperoleh dari perbedaan harga di tingkat petani (Pf) dengan harga di tingkat konsumen akhir (Pr) dapat dirumuskan (Asmarantaka 2012) sebagai berikut:

$$MT = Pr - Pf$$

Keterangan :

MT : Margin (Rp/Kuintal)

Pr : Harga ditingkat konsumen akhir (Rp/Kuintal).

Pf : Harga beli ditingkat petani (Rp/Kuintal).

Sedangkan besarnya keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran dihitung dengan rumus :

$$M_i = P_{ji} - P_{bi}$$

Keterangan :

M<sub>i</sub> : Margin Tataniaga di tingkat ke i, dimana i = 1,2,...,n

P<sub>ji</sub> : Harga Penjualan untuk lembaga pemasaran ke- i

P<sub>bi</sub> : Harga Pembelian untuk lembaga pemasaran ke-i

### 3.3.6 Analisis *Farmer's Share*

*Farmer's share* merupakan indikator yang dapat digunakan untuk menentukan efisiensi tataniaga suatu komoditas selain margin tataniaga. *Farmer's share* dinyatakan dalam presentase dengan membandingkan harga yang diterima lembaga tataniaga dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir. *Farmer's share* mempunyai hubungan yang negatif dengan margin tataniaga, semakin tinggi margin tataniaga, maka bagian yang akan diperoleh petani semakin rendah. Secara sistematis *farmer's share* dirumuskan sebagai berikut:

$$Fs = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Dimana:

*F<sub>s</sub>* : Farmer's share

*P<sub>f</sub>* : Harga di tingkat petani (Rp/Kuintal).

*P<sub>r</sub>* : Harga di tingkat konsumen (Rp/Kuintal).

### 3.3.7 Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya

Rasio keuntungan dan biaya adalah presentase keuntungan pemasaran terhadap biaya pemasaran untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran tersebut. Rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing lembaga pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rasio Keuntungan dan Biaya} = \frac{\pi_i}{c_i}$$

Keterangan:

*π<sub>i</sub>* : Keuntungan lembaga tataniaga ke-I (Rp/Kuintal).

*c<sub>i</sub>* : Biaya tataniaga pada lembaga tataniaga ke-I (Rp/Kuintal).

## 3.4 Definisi Variabel Operasional

1. Hasil produksi merupakan hasil produksi dari tanaman tebu yang dihasilkan dalam periode waktu tertentu (Rp/Kuintal).
2. Harga jual ditingkat petani (Rp/Kuintal).
3. Harga jual ditingkat konsumen (Rp/Kuintal).
4. Biaya tataniaga (Rp/Kuintal).
5. Keuntungan lembaga tataniaga (Rp/Kuintal).
6. Marjin tataniaga adalah perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima petani yang dinyatakan dalam Rp/kuintal atau presentase.

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis sistem tataniaga Tebu di Kabupaten Situbondo adalah sebagai berikut:

1. Saluran tataniaga tebu yang terbentuk di Kabupaten Situbondo ada empat saluran yaitu: saluran tataniaga 1) Petani – Asosiasi Petani Tebu Rakyat Indonesia (APTRI) – Pabrik Gula. Saluran tataniaga 2) Petani – Kelompok Tani – Pabrik Gula. Saluran tataniaga 3) Petani – Kontraktor Tebu – Pabrik Gula. Saluran tataniaga 4) Petani – Pabrik Gula.
2. Alur pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga adalah alur pertukaran berupa pembelian dan penjualan, alur fisik berupa pengangkutan, pengemasan, penyimpanan, alur fasilitas berupa penanggungan risiko, sortasi, pembiayaan, pengolahan dan informasi pasar. Struktur pasar yang dihadapi oleh petani mengarah ke pasar persaingan sempurna. Pasar yang dihadapi oleh Asosiasi Petani Tebu Rakyat Indonesia (APTRI) adalah pasar oligopoli. Struktur pasar yang dilihat dari kelompok tani mengarah kepada pasar oligopoli. Struktur pasar yang dihadapi oleh Pedagang tebu dan Pabrik gula adalah pasar persaingan sempurna. Perilaku pasar dapat diamati dari praktek pembelian dan penjualan, sistem penentuan harga, dan kerjasama antar lembaga tataniaga.
3. Berdasarkan margin tataniaga, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya menunjukkan saluran tataniaga empat merupakan saluran yang paling efisien. Hal ini dapat dilihat dari margin tataniaga yang terendah, *farmer's share* yang tertinggi dan saluran tataniaga ini juga memberikan keuntungan kepada setiap lembaga tataniaga yang terlibat. Volume penjualan dalam saluran tataniaga keempat sebesar 9149 kuintal atau sebesar 54% dari total volume penjualan tebu.

## 5.2 Saran

1. Petani lebih mempertimbangkan nilai margin tataniaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya dalam memilih saluran tataniaga. Diharapkan petani tidak lagi memilih saluran tataniaga berdasarkan kebutuhan petani tetapi berdasarkan saluran tataniaga yang lebih efisien.
2. Petani tebu dapat memilih saluran tataniaga yang efisien yang akan memberikan keuntungan kepada petani sehingga petani memperoleh bagian yang tinggi dalam sistem tataniaga. Dalam penelitian ini saluran tataniaga melalui Pabrik Gula. Pabrik Gula dapat berperan dalam pembinaan budidaya, penyediaan modal, penjualan tebu, dan penyediaan informasi kepada petani.
3. APTRI dapat membuka sekretariat atau cabang yang akan membantu petani dalam saluran tataniaga. Sekretariat atau cabang dibuka dekat dengan lokasi petani sehingga petani tidak perlu datang ke kantor APTRI pusat untuk mengurus tebu dan uang milik petani.
4. Pabrik gula dapat lebih mempermudah pengurusan surat kontrak yang digunakan petani untuk menggilingkan tebu ke pabrik gula sehingga lebih banyak lagi petani yang memiliki surat kontrak.
5. Perluasan informasi diperlukan petani untuk mengetahui budidaya yang baik, perhitungan rendemen dan harga yang berlaku untuk setiap masa panen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggriani Putri Soetrisniati (2011), Analisis Tataniaga Tebu (Studi Kasus Desa Pulorejo, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang, Jawa Timur). *Skripsi*. Jember : Universitas Jember
- Asmarantaka, Ratna W. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor : Departemen Agribisnis FEM-IPB,
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Luas Areal Tanaman Perkebunan*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Produksi Tanaman Perkebunan*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Luas Areal Tanaman Perkebunan*. Situbondo: Badan Pusat Statistik Situbondo
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Produksi Tanaman Perkebunan*. Situbondo: Badan Pusat Statistik Situbondo
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga
- Dahl Dc, Hammond JW. 1997. *Market and Price Analysis The Agricultural Industry*. Mc. Grace Hill Company.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2014. *Data Statistik Tebu Provinsi Jawa Timur Tahun 2008*. Jakarta: Direktorat Jendral Perkebunan.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2014. *Produksi Tebu Berdasarkan Provinsi di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jendral Perkebunan.
- Djojohadikusumo, Sumitro. 1994. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi: Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*. Jakarta : PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Dwi Setyawati Putri (2014) Analisis Tataniaga Tebu, Desa Pintu, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi*. Jember: UniversitasJember

- D Yunitasari, 2015, Model Pengembangan Agroindustri Gula Tebu Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Wilayah Di Jawa Timur. *Disertasi*. Bogor : IPB
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hasibuan, Malayu. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Jakarta : Bumi Aksara.
- Jemal, A., Murray, T., Ward, E., Samuels, A., Tiwari, R.C., Ghafoor, A., Feuer, E.J., dan Thun, M.J. 2005. Cancer statistics.
- Kohls, R.L. dan Uhl J.N. 1985. *Marketing of Agriculture Products*. Sixth Edition. New York : McMillan Publishing Company
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Limbong, H. Wilson dan Panggabean Sitorus. 1988. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Bogor : Institut Pertanian Bogor
- Maimun (2009), Analisis Pendapatan Usahatani Dan Nilai Tambah Saluran Pemasaran Kopi Arabika Organik Dan Non Organik (Studi Kasus Pengolahan Bubuk Kopi Ulee Kareng Di Banda Aceh). *Skrripsi*. Banda Aceh.
- Todaro, Michael P dan Smith, Stephen C. 2006. *Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Sadono Sukirno, 1994. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Jakarta : Penerbit Raja Grafindo.
- Soekartawi. 2001. *Analisis Usahatani*. Jakarta : UI Press.
- Tumenggung, S. 1997. *Gagasan dan Kebijakan Pembangunan Ekonomi Terpadu (Kawasan Timur Indonesia)*. Direktorat Bina Tata Perkotaan dan Pedesaan. Jakarta : Dirjen Cipta Karya Departemen PU

**LAMPIRAN****Lampiran 1**

## Karakteristik Petani

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin : perempuan / laki-laki
3. Umur : ..... tahun
4. Alamat rumah : .....
5. Status : menikah / belum menikah
6. Pendidikan terakhir : .....
7. Pekerjaan tetap selain bertani:.....

## Kegiatan Usaha Tani

1. Status lahan : a. Milik sendiri b. Menyewa c.lainnya.....
2. Luas lahan : .....
3. Berapa lama Anda melakukan kegiatan usahatani tebu?
4. Apakah hanya berbudidaya tanaman tebu? (ya/tidak) jika tidak, sebutkan komoditas lain.....
5. Pola bertani ? .....monokultur / tumpang sari
6. Apakah Anda tergabung ke dalam kelompok tani? Ya / Tidak.  
Jika ya, sebutkan .....
7. Jenis tebu apa yang anda gunakan?
8. Apakah jika harga tebu di pasar turun, Anda tetap melakukan budidaya tebu?  
Ya / Tidak  
Jika ya, sebutkan alasannya .....
9. Sumber modal : (modal sendiri / dapat bantuan / dapat pinjaman)

- a. Siapa sumber modal : .....
- b. Besarnya modal : Rp.....
- c. Bentuk pinjaman.....jangka waktu.....
- d. Apakah ada keterkaitan dengan pemilik modal? Ya / Tidak
- e. Jika ya, apakah hasil panen harus dijual ke lembaga tersebut?

#### Kegiatan Pasca Panen

1. Berapa jumlah produksi atau panen?..... Kuintal
2. Berapa kali panen dilakukan dalam setahun?
3. Apakah kegiatan pemanenan dilakukan sendiri? Ya / Tidak
4. Siapa yang melakukan pemanenan? .....
5. Apakah Anda melakukan pengelompokan tebu yang sudah di panen? Ya / Tidak
6. Hasil pengelompokan tebu yang kurang baik untuk apa? .....
7. Apakah Anda melakukan penyimpanan tebu sebelum di jual? Ya / Tidak

#### Kegiatan Pemasaran

1. Kemana biasanya Anda menjual hasil panen? .....

Nomor Lembaga Pemasaran Kuantitas (Kuintal) Harga (Rp/kuintal)

2. Berapakah rendemen yang dihasilkan?
3. Bagaimana teknik penjualan? Kontrak/ langganan/ langsung/ lainnya.....
4. Bagaimana teknik pembayaran? Tunai/ Kredit/ Lainnya.....
5. Siapa yang menentukan harga jual? .....
6. Bagaimana cara menentukan harga jual ? .....
7. Apakah lembaga pemasaran memiliki standar khusus mengenai tebu yang dipanen? Ya / Tidak
8. Apakah Anda melakukan kerjasama atau kontrak dengan lembaga pemasaran

tertentu? Ya / Tidak

Jika ya, apa alasan Anda melakukan kerjasama?.....

9. Apakah Anda mendapatkan informasi tentang pasar tebu? Ya / Tidak

10. Darimana Anda mendapatkan informasi tersebut ? .....

11. Berapa jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan setiap panen:

a. Biaya pemanenan : Rp.....

b. Biaya pengangkutan : Rp.....

c. Biaya bongkar muat : Rp.....

d. Retribusi : Rp.....

e. Biaya administrasi : Rp.....

f. Lainnya : Rp.....

12. Apakah ada kesulitan dalam menjual tebu? Ya / Tidak



**Kuisisioner untuk Lembaga Pemasaran**

1. Nama :
2. Jenis kelamin : perempuan / laki-laki
3. Umur : ..... tahun
4. Alamat rumah : .....
5. Status : menikah / belum menikah
6. Pendidikan terakhir:
7. Klasifikasi lembaga pemasaran : .....
8. Bentuk lembaga : a. Perorangan b. APTRI c. kelompok tani d. Lainnya, sebutkan.....
9. Apakah menjadi salah satu lembaga pemasaran merupakan pekerjaan utama Anda? Ya / Tidak, jika tidak sebutkan pekerjaan anda.....
10. Apakah Anda melakukan kerjasama? Ya / Tidak
11. Apakah Anda menetapkan standar / pengelompokan dari tebu yang Anda beli? Ya / Tidak
12. Apakah ada perbedaan harga berdasarkan perbedaan mutu? Ya / Tidak
13. Standar mutu apa yang anda terapkan?
14. Apa alasan Anda membeli tebu dari orang tersebut?.....
15. Dimana tempat Anda membeli tebu tersebut?.....
16. Berapa harga pembelian tebu per kuintalnya? Rp.....
17. Bagaimana sistem pembelian tebu? a. Bebas b. Borongan c. kontrak d. Lainnya, sebutkan.....
18. Bagaimana cara pembayarannya? a. Tunai b. dibayar dimuka c. dibayar sebagian d. Lainnya, sebutkan.....

19. Bagaimana cara penentuan harga? a. petani b. Tawar-menawar c. pedagang d.

Lainnya, sebutkan .....

20. Bagaimana penyerahan barang? a. di tempat penjual b. di tempat pembeli

21. Bagaimana mendapatkan informasi harga?.....

22. Besarnya biaya yang dikeluarkan :

a. Biaya pengangkutan : Rp.....

b. Biaya tenaga kerja : Rp.....

c. Biaya penyusutan : Rp.....

d. Biaya bongkar muat : Rp.....

e. Retribusi : Rp.....

f. Biaya administrasi : Rp.....

g. Iuran APTRI : Rp.....

h. Lainnya : Rp.....

23. Apakah Anda menanggung semua risiko dari kegiatan pembelian? Ya / Tidak

24. Apakah Anda melakukan pengelompokkan / standar mutu pada saat menjual tebu? Ya / Tidak

25. Apakah ada perbedaan harga berdasarkan perbedaan mutu? Ya / Tidak

26. Standar mutu apa yang anda terapkan?.....

27. Kemana biasanya anda melakukan kegiatan penjualan?.....

28. Bagaimana cara pembayarannya? a. Tunai b. Dibayar dimuka c. dibayar sebagian d. Lainnya, sebutkan.....

29. Bagaimana cara penentuan harga? a. anda b. Tawar-menawar c. pedagang d.

Lainnya, sebutkan .....

30. Berapa banyak tebu yang Anda jual? .....kuintal

31. Berapa harga jual tebu per kuintal? Rp. ....

32. Adakah hambatan yang Anda alami dalam menjual tebu saat ini? Ya /Tidak

Alasan

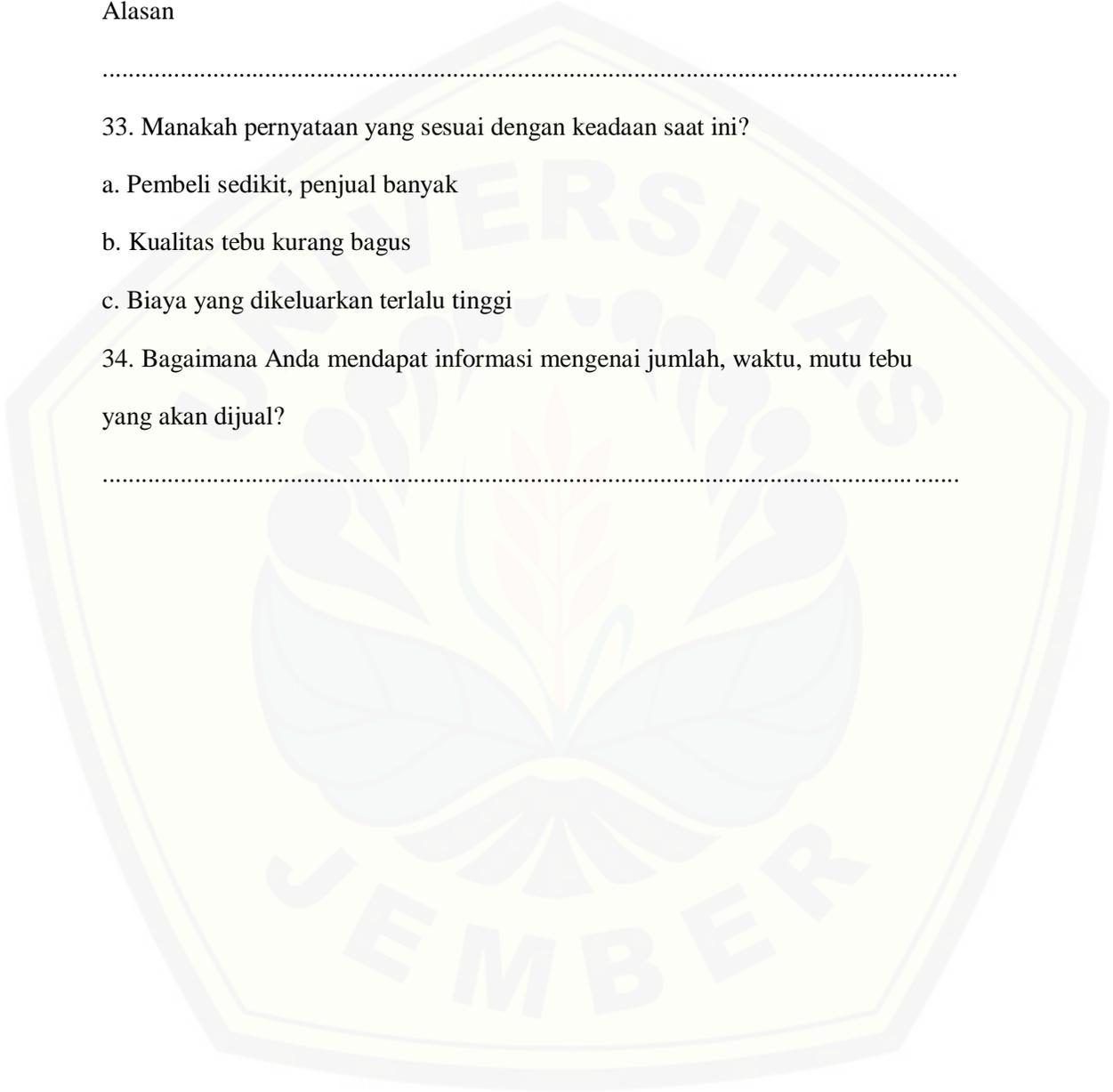
.....

33. Manakah pernyataan yang sesuai dengan keadaan saat ini?

- a. Pembeli sedikit, penjual banyak
- b. Kualitas tebu kurang bagus
- c. Biaya yang dikeluarkan terlalu tinggi

34. Bagaimana Anda mendapat informasi mengenai jumlah, waktu, mutu tebu yang akan dijual?

.....



## Lampiran 2

NO	NAMA	UMUR	PENDIDIKAN	LUAS LAHAN TEBU	JUMLAH PRODUKSI TEBU
1	MUHAMMAD TOSAN	37	TAMAT SMP	1,5 HEKTAR	753 KW
2	SUWANDI	50	TAMAT SD	2 HEKTAR	1132 KW
3	HALILianto	37	TAMAT SMA	1 HEKTAR	475 KW
4	MUHAMMAD AGUS NUR LAILI	38	TAMAT PT	1 HEKTAR	455 KW
5	YASIN	72	TIDAK TAMAT SD	1 HEKTAR	439 KW
6	TEDI PRAYOGA	36	TAMAT SMA	2 HEKTAR	1135 KW
7	KAHAR	58	TAMAT SD	0,4 HEKTAR	210 KW
8	JATIM	50	TAMAT SD	1,5 HEKTAR	746 KW
9	FAISHOL AMIN	36	TAMAT PT	1 HEKTAR	543 KW
10	HAFID YUSIK	35	TAMAT SMA	3,5 HEKTAR	1643 KW
11	LUTFI AMIN	25	TAMAT PT	0,4 HEKTAR	225 KW
12	FATTORROHIM	39	TAMAT PT	0,8 HEKTAR	384 KW
13	PRAWIROHADI	41	TAMAT PT	0,4 HEKTAR	260KW
14	SUFIAH	53	TAMAT SMP	0,6 HEKTAR	500 KW
15	MOH.ARSYADI RIDHO	43	TAMAT SMA	0,8 HEKTAR	249 KW
16	H.MISNADI ANNUR	69	TAMAT SMA	1,2 HEKTAR	680 KW
17	BUDI SETIA W	39	TAMAT PT	1,3 HEKTAR	780 KW
18	JUNAEDI	38	TAMAT PT	0,395 HEKTAR	265 KW
19	MAHWITO	60	TAMAT SD	1,2 HEKTAR	650 KW
20	ARSATO	41	TAMAT SMP	0,5 HEKTAR	310 KW
21	ZAINUL BADRI	38	TAMAT SMA	1,6 HEKTAR	810 KW
22	FATHOR	36	TAMAT SMA	0,4 HEKTAR	275 KW
23	EDI	41	TAMAT SMA	0,38 HEKTAR	240 KW
24	ERLINA	41	TAMAT SMP	0,25 HEKTAR	125 KW
25	AYU HARDIANTI	28	TAMAT SMP	1,4 HEKTAR	800 KW
26	SUTAHMAN	61	TAMAT SD	1,6 HEKTAR	870KW
27	HJ.FAIZAH	52	TAMAT SD	1 HEKTAR	467 KW
28	SUGIANTO	36	TAMAT SMA	0,8 HEKTAR	415 KW
29	HARIANTO	40	TAMAT SD	1,5 HEKTAR	690 KW
30	WIDODO PRASETYO	38	TAMAT SMA	1 HEKTAR	515 KW

**Lampiran 3**

Biaya	Rata-rata Rp/kuintal
Petani	
Biaya Pemanenan	6.375
Biaya Pengangkutan	5.500
Biaya Administrasi	326
Jumlah	12.201
APTRI	
Biaya Pengemasan	328
Biaya Administrasi	1.200
Biaya Penyimpanan	1.071
Jumlah	2.599

**Lampiran 4**

Biaya	Rata-rata (Rp/Kuintal)
Petani	
Biaya pemanenan	7.000
Biaya pengangkutan	6.500
Biaya administrasi	350
Jumlah	13.850
Kelompok Tani	
Biaya administrasi	1.000
Jumlah	1.000

**Lampiran 5**

Biaya	Rata-rata (Rp/Kuintal)
Petani	
Jumlah	-
Pedagang Tebu	
Biaya pemanenan	8.000
Biaya pengangkutan	6.600
Biaya pengemasan	328
Biaya administrasi	1.500
Jumlah	16.428

**Lampiran 6**

Biaya	Rata-rata (Rp/kuintal)
Petani	
Biaya Pemanenan	5.800
Biaya Pengangkutan	2.900
Biaya Pengemasan	3.894
Jumlah	12.594
Pabrik Gula	
Jumlah	-