

## **ANALISIS SALURAN TATANIAGA PENANGKARAN BIBIT MANGGA GEDONG GINCU (*Mangifera indica*, L.) DI KABUPATEN MAJALENGKA**

### **CHANNEL ANALYSIS TRADING SYSTEM GEDONG GINCU MANGO (*Mangifera indica*, L.) SEEDS BREEDING IN MAJALENGKA**

**DINAR**

*Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Majalengka  
Alamat : Jln. .H. Abdul Halim No. 103 Kabupaten Majalengka – Jawa Barat 45418  
e-mail : dinarmiaaziz@yahoo.co.id*

#### **ABSTRACT**

*Purpose of this study was to determine (1). pattern mango seed channel gedong gincu. (2). How large is the margin trading system. (3). Efficiency trading system seen technically and economically. The method used in this research is to use the method of a case, sampling by means of sampling or census saturated with farmers analysis unit mango seed breeder gedong gincu Majalengka in the number of those eight people .The result of the research contributed some indications, that is : Channel pattern trading system gedong gincu mango seeds are certified and labeled with three channels, Flow I : farmers breeder – collecting duct outside the city. Flow II : farmer breeder – collecting district (department of agriculture). Flow III : farmer breeder – collecting duct outside the city (outside office Majalengka). Margin trading system on chanel I, II, and III is (1). The channel I again margin trading system for Rp. 16,67 a tree. (2). The channel II againmargin trading system for Rp 44.193,50 a tree. (3). The channel III again margin trading system for Rp. 23.057,43 a tree. The amount of technical and economic efficiency of the trading system channel gedong gincu mango seeds are as follows (1). The Channel I trading system technical efficiency of 4,76 and economical efficiency 3,07 (2).The Channel II trading system technical efficiency of 29,71 and economical efficiency 15,81 and (3). The Channel III trading system technical efficiency of 7,82 and economical efficiency 12,58. Based on the technical efficiency value of I channel trading system more efficient than channel II and channel III and channel economic efficient value based trading system II is more efficient than channel I and channel trading system trading system III.*

**Key Word : Channel pattern trading system, seed, mango**

#### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pola Saluran tataniaga bibit mangga gedong gincu. (2) Berapa besar marjin tataniaga. (3) efisiensi tataniaga dilihat secara teknis maupun ekonomis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode suatu kasus, penarikan sampel dengan cara sampling jenuh atau sensus dengan unit analisis petani penangkar bibit mangga gedong gincu di Kabupaten Majalengka dengan jumlah responden sebanyak 8 orang. Hasil penelitian ini memberikan indikasi sebagai berikut : Pola saluran tataniaga bibit mangga gedong gincu yang bersertifikat dan berlabel ada tiga saluran, Saluran I : Petani penangkar – Pengumpul Luar Kota. Saluran II : Petani penangkar – Pengumpul kabupaten (Dinas Pertanian). Saluran III : Petani penangkar – Pengumpul luar kota/ Dinas luar Kabupaten Majalengka. Marjin tataniaga pada saluran I,II dan III adalah :(1)Saluran tataniaga I memperoleh marjin sebesar Rp. 16,67 per pohon (2) Saluran tataniaga II memperoleh marjin sebesar Rp 44.193,50 per pohon (3) Saluran tataniaga III memperoleh marjin sebesar Rp. 23.057,43 per pohon. Besaran efisiensi teknis dan ekonomis pada saluran tataniaga bibit mangga gedong gincu adalah sebagai berikut :(1) Saluran tataniaga I efisiensi teknis sebesar 4,76 dan efisiensi ekonomis sebesar 3,07 (2) Saluran tataniaga II efisiensi teknis sebesar 29,71 dan efisiensi ekonomis sebesar 15,87 (3) Saluran tataniaga III efisiensi teknis sebesar 7,82 dan efisiensi ekonomis sebesar 12,58. Berdasarkan nilai efisiensi teknis maka saluran tataniaga I Lebih efisien dibanding saluran II dan saluran III dan berdasarkan nilai efisiensi ekonomis saluran tataniaga II Lebih efisien dibanding saluran tataniaga I dan saluran tataniaga III.

**Kata Kunci : Tataniaga, bibit, mangga**

## PENDAHULUAN

Komoditas buah-buahan merupakan salah satu komoditas yang dapat dijadikan sumber pendapatan bagi petani dan keluarganya. Diantara jenis komoditas buah-buahan yang saat ini banyak diusahakan oleh para petani di Indonesia termasuk di Jawa Barat adalah komoditas mangga. Baik secara individu maupun dalam kaitan program pengembangan komoditas unggulan daerah melalui sistem agribisnis (Anugrah, 2009).

Kabupaten Majalengka sebagai salah satu sentra produksi bibit mangga khususnya gedong gincu Jawa Barat berperan serta dalam menyediakan kebutuhan akan bibit mangga nasional. Berdasarkan data dari BPSBTPH Provinsi Jawa Barat Unit Kabupaten Majalengka para penangkar yang melakukan sertifikasi terhadap bibit mangga gedong gincu dan yang dikeluarkan oleh penangkar yang bersertifikat yaitu : a) tahun 2009 jumlah bibit 203.250 pohon dengan jumlah sebaran 49.741. b) tahun 2010 jumlah bibit mangga 308.000 pohon dengan jumlah sebaran 86.400 pohon. c) tahun 2011 jumlah bibit mangga 375.000 pohon dengan jumlah sebaran 105.165 pohon. d) tahun 2012 jumlah bibit mangga 163.000 pohon dengan jumlah sebaran 42.267 pohon. e) tahun 2013 jumlah bibit mangga 165.000 pohon dengan jumlah sebaran 41.169 pohon (BPSBTPH, 2013).

Pengadaan dan penyediaan bibit bersertifikat telah dilaksanakan sejak tahun 1971 yakni sejak dikeluarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 72, dimana ditetapkan bahwa sertifikat benih merupakan suatu sistem pengawasan pada perbanyakan dan pemasaran benih di Indonesia. Sertifikasi benih adalah suatu cara pemberian sertifikat atas cara perbanyakan, produksi dan penyaluran benih sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh Departemen Pertanian (BPSB, 1995).

Petani penangkar umumnya mereka melaksanakan usahataniya berorientasi untuk memenuhi kebutuhan keluarga sendiri (subsisten), sehingga banyak petani penangkar yang tidak melakukan sertifikasi terhadap bibit mangganya. Ada beberapa alasan petani penangkar tidak melakukan sertifikasi diantaranya, tidak ada jaminan pemasaran bibit yang bersertifikat, informasi tentang bibit yang bersertifikat tidak banyak diketahui

manfaatnya oleh para pembudidaya, harga bibit berlabel cukup mahal, akses dan informasi terhadap proses sertifikasi sangat berbelit-belit sehingga para petani penangkar sangat kurang respon terhadap manfaat penangkaran bibit bersertifikat (Sayaka, dkk., 2010).

Dalam memasarkan bibit mangga gedong gincu saluran tataniaga memegang peranan penting dalam usaha penangkaran untuk memenuhi kebutuhan dalam pembudidayaan tanaman mangga ataupun tambal sulam pada tanaman yang sudah tua /tidak produktif lagi. Jika sistem saluran tataniaga bibit mangga terhambat maka akan menghambat produksi mangga tahun berikutnya. Saluran tataniaga bibit mangga secara umum adalah penangkar – pengumpul – pengumpul lokal – pengumpul besar – pengecer – konsumen, Serta Semakin panjang saluran pemasaran makin banyak lembaga perantara pemasaran yang terlibat, maka semakin besar margin pemasaran (Daniel, M. 2004), dimana pihak pengumpul mendominasi transaksi dan menentukan jumlah, waktu, pengadaan, harga dan pembayaran. Kondisi seperti ini banyak merugikan penangkar karena penangkar kurang menguasai informasi pasar dan tidak jarang menerima pembayaran pada waktu pengiriman berikutnya, hal ini jelas merugikan penangkar karena modal yang sangat terbatas harus tertahan ditangan pengumpul.

## MATERI DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Majalengka Propinsi Jawa Barat, teknik penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang yang memusatkan perhatian kepada pemecahan masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan. (Sugiyono, 2008)

Objek penelitian adalah petani penangkar bibit mangga gedong gincu yang bibit mangga gedong gincunya bersertifikat tahun 2013 dengan jumlah 8 orang sebagai Petani Penangkar di Kabupaten Majalengka, yaitu Kecamatan Sukahaji berjumlah 4 orang, Kecamatan Rajagaluh berjumlah 3 orang, dan

Kecamatan Sindang 1 orang, variabel penelitian adalah saluran tataniaga, margin tataniaga dan efisiensi saluran tataniaga. Sebagai unit dari analisis ini adalah para petani penangkar yang melaksanakan tataniaga bibit mangga gedong gincu dengan menggunakan saluran tataniaga yang berbeda, di Kabupaten Majalengka.

Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden, dengan menggunakan alat bantu kuesioner yang disiapkan serta melakukan observasi lapangan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari daftar pustaka, baik dari instansi terkait maupun dari perpustakaan.

Teknik penentuan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah penarikan sampel dengan cara sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus menurut Sugiyono (2008) adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa sampling jenuh atau sensus merupakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi, karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampel, akan tetapi peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sensus yaitu petani yang melakukan penangkaran bibit mangga gedong gincu di Kabupaten Majalengka sebanyak tiga Kecamatan yaitu Kecamatan Sukahaji diantaranya di Desa Salagedang, Desa Nanggawer, Kecamatan Rajagaluh di antaranya Desa Rajagaluh kidul, Desa Rajagaluh Lor dan Kecamatan Sindang lokasi berada di Desa Gunung Kuning dengan jumlah 8 orang petani penangkar bibit mangga gedong gincu.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

- 1) Bagaimana pola saluran tataniaga pada pemasaran bibit mangga gedong gincu. Maka untuk mendapatkan data tersebut dilakukan wawancara dan observasi dengan kuisisioner sebagai alat bantu. Data yang terkumpul kemudian dianalisa secara deskriptif. Saluran tataniaga yang dianggap lebih efisien yaitu saluran tataniaga yang nilai (T) dan nilai (E)

paling rendah diantara saluran-saluran yang ada. Apabila hal hal tersebut tidak dibedakan, maka nilai margin tataniaga pada masing-masing saluran tataniaga yang diperhatikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran tataniaga bibit mangga di Kabupaten Majalengka yang dipakai dalam tataniaga bibit mangga terdapat tiga saluran yang berbeda, pola saluran I Petani Penangkar menjual bibit mangga ke Pedagang Pengumpul Luar Kota yang ada di Kabupaten Majalengka dan membeli langsung di lokasi yang sudah siap jual, sehingga dalam hal ini pedagang tersebut dikatakan sebagai pedagang pengumpul kabupaten meski pemasarannya diluar kabupaten majalengka, karena pengumpul tersebut membeli bibit mangga ditentukan oleh volume pesanan dari luar Kabupaten Majalengka, sistem pengirimannya ditanggung oleh pedagang pengumpul. Selanjutnya pengumpul menyalurkannya ke pemesan yang ada di luar kota. Pada saluran II petani penangkar menjual bibit mangga gedong gincunya melalui sistem lelang yang diselenggarakan oleh Dinas Pertanian dengan mengeluarkan Surat Perintah Tugas/kerja (SPT) kepada seseorang untuk menyelenggarakan lelang yang sekarang yaitu Lembaga Pengadaan Sistem Elektronik (LPSE). Pada saluran III petani penangkar bibit mangga menjual langsung ke perusahaan yang ada diluar kota/ Dinas/ instansi di luar Kabupaten Majalengka.

Saluran pemasaran merupakan jalur yang dilalui oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dapat diketahui saluran pemasaran Bibit Mangga gedong Gincu di Kabupaten Majalengka yaitu terdapat beberapa saluran pemasaran yaitu :

1. Saluran Pemasaran I  
Petani Penangkar – Pedagang Pengepul Luar Kota  
Pada saluran pemasaran kesatu petani penangkar menjual langsung bibit mangga gedong gincu kepada pedagang pengepul luar kota karena tidak perlu memerlukan prosedur dalam penyaluran dan petani penangkar menjual bibit mangga gedong gincu member harga di lokasi penjualan/

tempat penangkar sedangkan biaya pengiriman di tanggung oleh pembeli, apabila piha pembeli dalam hal ini pengumpul luar kota ingin bibit mangga tersebut diantar langsung ke tempat /lokasi maka biaya tambahan untuk ongkos pengiriman dan pengangkutan yang diberikan terhadap bibit mangga tersebut tinggi.

2. Saluran Pemasaran II

Petani Penangkar – Dinas/tender – Konsumen

Pada saluran pemasaran kedua petani menjual bibit mangga menjual kepada Dinas dengan cara mengikuti lelang yang di selenggarakan oleh dinas pertanian kabupaten atau pun Provinsi melalui lembaga yang dibentuk oleh pihak dinas memberikan Surat Perintah Tugas (SPT) untuk membuat tim Unit Layanan Pengadaan (ULP) dengan anggotakan Panitia Pembuat Komitmen (PPK) diperbantukan oleh Pengawas Pelaksana Teknis kegiatan (PPTK) yang menyediakan fasilitas lelang serta dalam system lelang mberikan penawaran per paket yaitu dari mulai pengadaan sampai ketangan yang akan menerima bantuan bibit mangga tersebut sistem pembayaran 50% disaat penandatanganan surat kesepakatan dan 50% lainnya setelah bibit mangga sudah tersalurkan semua sampai ke penerima.

3. Saluran Pemasaran III

Petani Penangkar – Pengumpul luar kota/ dinas luar kab.

Pada saluran pemasaran ini petani penangkar langsung menjual bibit mangga kepada Pengumpul luar kota/ Dinas luar kabupaten dengan cara dikirim bibit mangga tersebut oleh petani penangkar langsung dikirim ke tempat tujuan. Sistem pengiriman barangnya sama dengan sistem tender atau lelang yang dimana sudah satu paket dengan harga penawaran yang di tawarkan waktu lelang yang di selenggarakan oleh pihak dinas luar kota atau lembaga lelang.

Lembaga Tataniaga adalah lembaga perantara yang terlibat dalam proses penyampaian barang atau jasa dari pihak

produsen hingga ke tangan konsumen akhir. Lembaga - lembaga yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak dua lembaga, yaitu: (a) Petani Penangkar, dan (b) Pedagang. Pedagang terbagi menjadi dua macam lembaga, yakni: (a) pengumpul Luar Kota, (b) pengumpul luar kota/Dinas Luar kota

a. Petani Penangkar

Petani penangkar adalah pihak yang memproduksi/ menangkan bibit mangga untuk diperbanyak yang akan dibudidayakan oleh pihak lain. Petani Penagkar atau disebut juga sebagai produsen merupakan pihak pertama dari alur pemasaran Bibit Mangga Gedong Gincu. Petani Penangkar memiliki berbagai skala usaha yang pada akhirnya memiliki kapasitas produksi yang khusus bibit mangga gedong gincu. Petani Penangkar yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak delapan orang, dengan lokasi, dan kapasitas bibit mangga yang berbeda- beda.

b. Pengumpul Luar Kota

Pengumpul merupakan pihak yang melakukan pembelian Bibit mangga gedong gincu hasil produksi petani penangkar. Pengumpul kemudian melakukan penjualan kepada pedagang besar atau dapat juga dijual langsung kepada konsumen. Seorang pengumpul umumnya juga mengangkut komoditas pertanian lain selain bibit mangga gedong gincu untuk dijual kembali.

c. Pengumpul Luar Kota/Dinas Luar Kota

Pengumpul merupakan pihak yang melakukan pembelian bibit mangga gedong gincu hasil produksi petani penagkar. Pengumpul disini berfungsi sebagai pengumpul yang mengkordinir akan kebutuhan bibit mangga para pembudidaya kemudian melakukan penawaran melalui lembaga lelang. melakukan pembelian yang mengacu pada dasar anggaran yang dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten ataupun melalui Provinsi kemudian menyalurkan bibit mangga yang dipesan melalui proses lelang dan disalurkan kembali pada petani pembudidaya yang telah mengajukan kepada pemerintah kabupaten atau provinsi dengan s istem bantuan.

d. Dinas /instansi

Lembaga pemerintahan merupakan pihak yang melakukan pengadaan bibit mangga gedong gincu untuk memenuhi kebutuhan para pembudidaya yang telah

mengikuti pembinaan oleh pemerintah melalui program yang dicanangkan mulai dari budidaya sampai pascapanen. Dinas/ instansi disini berfungsi sebagai suatu lembaga yang mengkoordinir, pembuka peluang, pendorong potensi wilayah akan kebutuhan bibit mangga baik petani penangkar maupun para pembudidaya kemudian memfasilitasimelalui lembaga lelang untuk pengadaan akan bibit mangga gedong gincu baik untuk wilayah kabupaten majalengka sendiri maupun untuk pemenuhan permintaan pesanan dari kabupaten lain.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis saluran tataniaga penangkaran bibit mangga gedong gincu di Kabupaten Majalengka maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Pola saluran tataniaga pada usaha pembibitan mangga gedog gincu bersertifikat di Kabupaten Majalengka pada prinsipnya adalah sama yaitu produsen (petani pengusaha bibit) – perantara – konsumen, dimana perantaranya ada yang melalui pedagang pengumpul luar kota, instansi pemerintah daerah dan luar daerah. Sehingga berdasarkan perantara tersebut dibedakan menjadi tiga pola saluran yaitu :1). Saluran I : Petani penangkar – Pedagang Pengepul Luar Kota. 2). Saluran II : Petani penangkar – Dinas Pertanian (Proyek). 3). Saluran III : Petani penangkar – Pedagang Pengepul Kabupaten/ Dinas luar Kabupaten Majalengka.

### DAFTAR PUSTAKA

AHMAD M. SAEFUDIN, 1981-1982. *Pemasaran produk pertanian*. Kuliah Sarjana. IPB, Bogor.

ANUGRAH S. 2009. *Kemitraan Mangga Gedong Gincu di Majalengka*: Majalengka

BADAN PENGAWASAN DAN SERTIFIKASI BENIH. 1995. *Informasi Perbenihan Di Jawa Barat*. Bandung

BPSBTPH PROV. JAWA BARAT 2011, *Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2010 tentang Hortikultura*. Paragraf 3. Usaha Budidaya. Pasal 43-63

BALAI PENGAWASAN DAN SERTIFIKASI BENIH. 2013. *Tanaman Pangan dan Hortikultura Prov. Jawa Barat*. Unit PSBTPH Wilayah Majalengka,.

DINAS PERTANIAN DAN PERIKANAN KABUPATEN MAJALENGKA, 2013. *Penangkar Bibit di Kabupaten Majalengka*

DIREKTORAT JENDARAL HOLTIKULTURA, 2013. *Investor perbenihan asing diminta disvestasi sahamnya*. edisi 16-22 april 2014 No.3553Tahun XLIV hal.10

HIDAYAT, D. 2010. *Analisis Pendapatan Usahatani dan Tataniaga Jambu Getas Merah Di Kelurahan Sukaresmi Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor*. Skripsi. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.

KOTLER, PHILIP. 2002. *Menejemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, implemntasi, dan Kontrol*. Jilid I. PT.Prenhalindo. Jakarta

LUTFI A. 2013. *Tataniaga Dan Margin Pemasaran*. Melalui : <http://lutfiarifin.blogspot.com/2013/11/tataniaga-dan-margin-pemasaran.html> diakses 2 juni 2014.

MULYADI, D. 2012. *Efisiensi saluran tataniaga Kentang (Solanumtuberosum L.) suatu kasus di Desa Argalingga Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka*. Skripsi . Fakultas Pertanian Universitas Majalengka.

PRASSOJO, G. 2012. Melalui : <http://shaylife.blogspot.com/2012/04/tataniaga-pertanian-saluran-tataniaga.html>. diakses 30 mei 2014.

PRASTOWO N, J. M. ROSHETKO. 2006. *Tehnik Pembibitan dan Perbanyakan Vegetatif Tanaman Buah*.World Agroforestry Centre (ICRAF) dan Winrock International. Bogor, Indonesia. p.100 World Agroforestry Centre (ICRAF) &Winrock International.

ROHMANINGTYA, D, 2010. *Perbanyakan Tanaman Mangga Dengan Teknik Okulasidi Kebun Benih Tanaman*

- Pangan Dan Hortikultura Tejomantri wonorejo Polokarto Sukoharjo.* Skripsi. Program Studi Agribisnis Hortikultura Dan Arsitektur Pertamanan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- SAYAKA B., I K. KARIYASA, T. WALUYO, NURASA, dan Y. MARISA. 2010. *Perkembangan penggunaan benih berlabel.* Pusat studi pengembangan pertanian dan pedesaan. LPPM-IPB. Bogor. Vol: 4
- SCHMIDT, dan FERGUSON, 1979. *Analisis keadaan curah hujan.* Bina Aksara, Jakarta
- SOEKARTAWI. 2003. *Teori Ekonomi Produksi dengan Bahasan Analisis Fungsi Produksi Cobb Douglass.* PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- SOETRISNIATI, A.P. 2011. *Analisis Tataniaga Tebu(Studi Kasus : Desa Pulorejo, Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang, Jawa Timur.* Skripsi. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- SUGENG, 2013. *Klasifikasi dan Morfologi tanaman mangga.* Melalui : <http://anamanobat-herbal.blogspot.com/2013/05/klasifikasi-dan-morfologi-tanaman-mangga.html> di akses 2 juni 2013
- SUGIYONO, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta. Bandung.