

**ANALISIS RANTAI PASOK TOMAT DI KECAMATAN SUKAU  
KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

*(Analysis of Supply Chains of Tomato in Sukau District Lampung Barat Regency)*

Yulita Siska Paramita, Ali Ibrahim Hasyim, Muhammad Irfan Affandi

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1  
Bandar Lampung 35145, e-mail: yulitasiska5@gmail.com

**ABSTRACT**

*This research aims to find out supply chain, flow patterns of goods, information, and finance, supply chain performance, and marketing efficiency. The research was carried out in two villages namely Tanjung Raya Village and Hanakau Village of Sukau District. Determination of the location of the study was conducted purposively considering the area as a center for vegetable production in West Lampung Regency. The respondents involved were 74 people, consisting of 30 vegetable farmers, 10 agents, 12 wholesalers, and 22 retailers. The first and second objectives were analyzed using a descriptive method, the third objective was analyzed using supply chain performance measurement, and the fourth objective was analyzed using marketing efficiency. The results proved that stakeholders involved in the tomato supply chain consist of farmers, agents, wholesalers, retailers, and consumers. The flow of goods occurred from upstream to downstream, and the flow of information occurs from upstream to downstream. Meanwhile, financial flow occurred from downstream to upstream. The tomato supply chain performance was in a good criteria, because it reaches the foodscor card value, but the distribution is inefficient because the overall ratio of profit margins among marketing institutions is spread unevenly and less than zero.*

*Key words: marketing efficiency, performance, supply chain, tomato*

**PENDAHULUAN**

Sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki peranan strategis dalam struktur pembangunan perekonomian nasional salah satunya adalah subsektor hortikultura yang merupakan salah satu subsektor yang memberikan peningkatan kontribusi pada nilai PDB nasional dengan berdasarkan harga berlaku sebesar 1,45 persen pada tahun 2012 menjadi 1,52 persen pada tahun 2015 (Badan Pusat Statistik 2016).

Kondisi agroklimat yang baik dan tersedianya sumberdaya yang sangat mendukung tumbuh kembangnya tanaman hortikultura di Indonesia menjadikan negara Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan beragam produk dari tanaman hortikultura. Salah satu provinsi yang memiliki potensi dalam subsektor tanaman hortikultura adalah Provinsi Lampung. Provinsi Lampung merupakan provinsi yang memiliki luas wilayah sebesar 3.528.835 hektar dengan persentase penggunaan luas lahan pertanian sebesar 13 persen dan sebagian datarannya mempunyai kondisi geografis yang berbukit, sangat menunjang untuk dijadikan wilayah pertanian tanaman hortikultura terutama sayur dan buah-buahan. Kabupaten yang memiliki nilai

tertinggi untuk produksi tanaman hortikultura seperti sayuran di Provinsi Lampung yaitu Kabupaten Lampung Barat (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung 2016).

Kabupaten Lampung Barat secara terus-menerus melakukan usaha budidaya tanaman sayuran, karena Kabupaten Lampung Barat merupakan daerah dataran tinggi. Sayuran dataran tinggi banyak dikembangkan di daerah perbukitan dengan kemiringan >16-60 persen yang pada umumnya daerah rawan erosi (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung 2016). Daerah penghasil sayur-sayuran yang berkontribusi dalam pemenuhan produksi sayuran di Kabupaten Lampung Barat salah satunya adalah Kecamatan Sukau. Sayuran dengan tingkat produksi cukup tinggi pada tahun 2016 di Kecamatan Sukau adalah sayuran tomat. Tomat merupakan tanaman yang dapat dijadikan sebagai pelengkap untuk masakan juga memiliki kandungan kesehatan.

Berdasarkan Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura (2017), tingginya produksi tomat mencapai 31.915 kuintal di Kecamatan Sukau menyebabkan banyaknya lembaga pemasaran yang berperan dalam memasarkan produk dan dari hasil panen yang berlimpah dapat menurunkan harga,

sehingga adanya permasalahan petani yang lemah di dalam penentuan harga, dikarenakan kondisi banyaknya petani menjual sayuran dengan komoditas yang sama. Selain itu, dipengaruhi oleh panjang dan pendeknya saluran pemasaran.

Menurut Hasyim (2012), proses distribusi produk sampai kepada pemakai akhir dapat panjang atau pendek, sesuai dengan tujuan dan kebijakan tiap perusahaan. Harga yang diterima petani, pedagang, hingga konsumen dipengaruhi oleh sistem pemasaran suatu produk, sehingga penelitian mengenai rantai pasok sayuran unggulan di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat memiliki tujuan untuk mengkaji pola aliran rantai pasok, aliran barang, aliran informasi dan aliran keuangan; kinerja rantai pasok dalam pemenuhan pesanan konsumen, dan efisiensi pemasaran pada komoditas tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat.

**METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat di dua desa yaitu Desa Tanjung Raya dan Desa Hanakau dengan pertimbangan daerah tersebut sebagai sentra produksi sayuran di Kabupaten Lampung Barat. Pengumpulan data dilaksanakan pada Februari sampai Maret 2018. Pengambilan sampel petani merujuk pada teori Sugiyono (2009) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30-500, sehingga sampel petani yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 30 petani.

Sampel lembaga perantara dengan cara *snowball*. *Snowball sampling* merupakan teknik *non-probability sampling* (sampel dengan probabilitas yang tidak sama). Metode ini merupakan metode pengambilan sampel dengan cara berantai, yaitu dengan cara menentukan satu sampel, kemudian dari sampel tersebut dicari keterangan lebih lanjut mengenai keberadaan sampel lain dengan cara mengikuti aliran barang, sehingga diperoleh sampel lembaga pemasar yaitu 10 agen, 12 pedagang besar, dan 22 pedagang pengecer.

Metode analisis data untuk menjawab tujuan pertama dan kedua menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang menganalisis mekanisme rantai pasok yaitu pola saluran sayuran unggulan di Kecamatan Sukau serta aliran produk, aliran finansial, serta aliran informasi, sedangkan untuk analisis pada tujuan ketiga digunakan pengukuran kinerja rantai pasok yang dibedakan dengan nilai

kriteria pencapaian kinerja rantai pasok menurut Bolstroff dan Rosenbaum (2011) dan analisis tujuan ke empat menggunakan pengukuran pangsa produsen, analisis margin dan rasio profit margin (RPM), dan analisis elastisitas transmisi harga.

Pengukuran kinerja rantai pasok untuk mengetahui performa kinerja sayuran dalam memenuhi kebutuhan konsumen menurut (SCC (2008) dalam Bolstroff dan Rosenbaum (2011)). Indikator-indikator kinerja rantai pasok sayuran unggulan di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat sebagai berikut :

1. Kinerja Pengiriman

$$\frac{\text{Total pesanan yang dikirim tepat waktu}}{\text{Total pesanan yang dikirim}} \times 100 \dots\dots\dots (1)$$

2. Pemenuhan Pesanan

$$\frac{\text{Permintaan konsumen tanpa menunggu}}{\text{Total pesanan yang dikirim}} \times 100 \dots\dots\dots (2)$$

3. Kesesuaian dengan Standar

$$\frac{\text{Total pesanan sesuai dengan standar}}{\text{Total pesanan yang dikirim}} \times 100 \dots\dots\dots (3)$$

4. *Lead Time* Pemenuhan Pesanan

*Lead Time* pemenuhan pesanan adalah menerangkan waktu yang dibutuhkan oleh petani untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang dinyatakan dalam satuan jam.

5. Siklus Pemenuhan Pesanan

Waktu perencanaan + Waktu pengemasan + Waktu pengiriman

6. Flesksibilitas Rantai Pasok

Siklus mencari barang + Siklus mengemas barang + Siklus mengirim barang

7. *Cash to Cash cycle time*

Rata-rata persediaan + waktu yang dibutuhkan konsumen membayar ke pedagang – waktu yang dibutuhkan pedagang membayar ke pemasok untuk barang yang sudah diterima.

8. Persediaan Harian

$$\frac{\text{Rata-rata persediaan}}{\text{Rata-rata kebutuhan}} \dots\dots\dots (4)$$

Untuk menganalisis terkait efisiensi pemasaran menggunakan :

1. *Farmer Share*

Analisis pangsa produsen bertujuan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani yang dinyatakan dalam persentase. Apabila PS semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Perhitungan *farmer share* menurut (Hasyim 2012) dirumuskan sebagai :

$$PS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

- PS = Bagian harga sayuran yang diterima produsen
- Pf = Harga sayuran di tingkat (produsen)
- Pr = Harga sayuran di tingkat (konsumen)

2. *Marjin Pemasaran dan Ratio Profit Margin*

Analisis marjin pemasaran digunakan untuk mengetahui perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. Perhitungan marjin pemasaran menurut (Hasyim 2012) dirumuskan sebagai berikut :

$$mj_i = P_{s_i} - P_{b_i} \dots\dots\dots (6)$$

atau

Total marjin pemasaran adalah :

$$Mj_i = Pr - pf \dots\dots\dots (7)$$

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin/RPM*) pada masing-masing lembaga pemasaran, dirumuskan sebagai :

$$RPM = \frac{\pi_i}{bt_i} \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan :

- $mj_i$  = Marjin pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- $Mj_i$  = Total marjin pada satu saluran pemasaran
- $P_{s_i}$  = Harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- $P_{b_i}$  = Harga beli pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- $bt_i$  = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

- $\pi_i$  = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
- $P_r$  = Harga pada tingkat konsumen
- $P_f$  = Harga pada tingkat produsen
- $i$  = 1, 2, 3, ..., n

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Pola Aliran Rantai Pasok Tomat**

Aliran rantai pasok dimulai dari petani tomat. Aliran yang terdapat pada pendistribusian tomat di Kecamatan sukau yaitu aliran barang, aliran informasi, dan aliran keuangan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pola aliran rantai pasok tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat

1. Aliran Produk

Aliran produk dalam rantai pasok tomat dimulai dari petani tomat di Desa Tanjung Raya dan Desa Hanakau yang mendistribusikan hasil panennya kepada beberapa lembaga pemasar yaitu agen. Agen membeli komoditas tomat yaitu sebesar 5.039 kilogram dari petani tujuan pembelian dalam jumlah besar untuk dijual kembali keluar daerah Kabupaten Lampung Barat. Pengangkutan komoditas tomat menggunakan ojek sayur yang terdapat di Desa Tanjung Raya dan Desa Hanakau sebagai pendukung proses distribusi produk dari petani ke agen. Setelah tomat sampai ke agen, tomat akan dibersihkan, disortasi, ditimbang, dilakukan pencatatan, dan dikemas kembali menggunakan kotak yang terbuat dari kayu milik pedagang. Setelah proses pengemasan selesai kemudian tomat akan didistribusikan ke pedagang besar dengan volume pembelian 2.937 kilogram dan penjualan tomat ke pengecer sebesar 2.090 kilogram yang terdapat di daerah Kota Bandar Lampung. Alat transportasi yang digunakan untuk mendistribusikan tomat dari agen hingga pedagang

besar maupun pedagang pengecer adalah mobil *pick up* dan truk, sedangkan pembelian tomat dari pedagang besar ke pedagang pengecer yaitu 1.337 kilogram dan konsumen yang membeli tomat dari pedagang besar yaitu sebesar 1.600 kilogram dan volume pembelian tomat dari pedagang pengecer 3.282 kilogram.

## 2. Aliran Informasi

Aliran informasi merupakan komponen yang sangat penting guna pencapaian tujuan rantai pasok. Informasi yang baik antara pelaku rantai pasok dapat menciptakan suatu hubungan yang baik, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dalam menjalankan hubungan kerjasama. Aliran informasi terbagi menjadi dua yaitu yang terjadi pada tingkat petani tomat dan aliran informasi yang terjadi antara petani dengan agen sayur, agen dengan pedagang besar dan pedagang pengecer, dan pedagang pengecer dengan konsumen.

## 3. Aliran Keuangan

Aliran Keuangan merupakan penyaluran nilai dalam bentuk rupiah. Aliran keuangan tomat di Kecamatan Sukau mengalir dari hilir ke hulu yaitu konsumen membayar secara langsung kepada pedagang pengecer transaksi terjadi saat penjualan produk. Selanjutnya, pedagang pengecer membayar kepada agen dan pedagang besar, pembayaran ini dilakukan secara langsung dalam perhitungan rata-rata yaitu dua hari dan pembayaran dilakukan setelah barang habis atau di akhir penjualan produk. Selanjutnya, aliran keuangan yang terdapat di pedagang besar akan dibayarkan melalui via transfer ke agen. Petani akan menerima pembayaran dari agen dalam jangka waktu tujuh hari sesuai dengan jumlah tomat yang telah dijual.

### Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok merupakan salah satu evaluasi apakah tujuan akhir telah tercapai atau belum di dalam suatu mata rantai yaitu mencakup seluruh anggota yang terlibat di dalam rantai pasok terdiri dari aliran barang, aliran informasi dan aliran keuangan. Menurut Jebarus dalam Riwanti (2011) mendefinisikan manajemen rantai pasok merupakan pengembangan lebih lanjut dari konsep tataniaga untuk memenuhi permintaan konsumen. Kinerja rantai pasok tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat disajikan pada Tabel 1.

## 1. Kinerja Berdasarkan *Input*

### a. *Lead Time* Pemenuhan Pesanan

Masing-masing lembaga memiliki waktu tunggu pemenuhan pesanan yang berbeda-beda, karena jumlah *order* untuk setiap lembaga berbeda. Setiap lembaga pemasaran yang baik di sisi *lead time* pemenuhan pesanan merupakan lembaga yang memiliki nilai *lead time* lebih rendah dari nilai *lead time* rata-rata.

Nilai rata-rata *lead time* pemenuhan pesanan petani tomat dengan penjualan ke agen yaitu 33,60 jam, agen menjual ke pedagang besar 10,00 jam, dan menjual ke pedagang pengecer 12,29 jam dan pedagang besar menjual ke pengecer memerlukan waktu 3,38 jam artinya kinerja rantai pasok tomat di Kecamatan Sukau dari sisi *lead time* sudah tergolong baik. Jika dibandingkan dengan nilai *superior food SCOR card* nilai *lead time* petani sudah masuk dalam kategori baik, karena nilai rata-rata *lead time* petani kurang dari tiga hari atau 72,00 jam (Bolstroff dan Rosenbaum 2011).

### b. Siklus Pemenuhan Pesanan

Rata-rata siklus pemenuhan pesanan petani tomat yaitu 7,40 jam, agen menjual ke pedagang besar 21,57 jam, agen menjual ke pedagang pengecer 23,86 jam dan pedagang besar menjual ke pengecer memerlukan waktu 24,25 jam. Siklus pemenuhan pesanan setiap lembaga pemasaran jika dibandingkan dengan nilai *superior food SCOR card* sudah masuk dalam kategori baik, karena nilai rata-rata siklus pemenuhan pesanan kurang dari 14,00 hari atau 336 jam.

### c. Fleksibilitas Rantai Pasok

Berdasarkan hasil penelitian setiap lembaga tidak memiliki fleksibilitas rantai pasok tomat. Hal ini disebabkan karena tidak adanya persediaan harian, sehingga tidak dapat memenuhi permintaan yang tidak terencana. Alasan tidak memiliki persediaan harian adalah untuk mengurangi risiko tidak dibutuhkannya persediaan tersebut.

### d. *Cash to Cash Cycle Time*

Waktu antara agen membayar ke petani tomat dan agen menerima pembayaran dari pedagang besar dan pedagang pengecer yang dinyatakan dalam satuan hari. Perhitungan rata-rata nilai *cash to cash cycle time* seluruh petani tomat sama dengan tujuh hari, agen menerima pembayaran dari

pedagang besar dengan jangka waktu dua hari, sedangkan dari pedagang pengecer satu hari dan pembayaran pedagang pengecer ke pedagang besar memerlukan waktu satu hari artinya lambatnya perputaran uang antara petani dan agen menyebabkan perhitungan *Cash to Cash Cycle Time* tidak lancar, dikarenakan adanya pembayaran yang tidak sehat, karena lamanya waktu pembayaran dari agen ke petani.

e. Persediaan Harian

Setelah panen, para petani tomat langsung menjual hasil panennya ke agen. Tidak ada *stock* atau persediaan tomat yang disimpan oleh petani. Agen dan pedagang besar tidak ingin menerima risiko besar, sehingga setelah pesanan dikirimkan akan langsung didistribusikan atau dijual langsung ke pedagang pengecer, sehingga tidak adanya *stock* ataupun persediaan harian.

2. Kinerja Berdasarkan *Output*

a. Kinerja Pengiriman

Dalam pengukuran kinerja rantai pasok apabila kinerja pengiriman semakin mendekati 100,00 persen artinya kinerja rantai pasok tersebut akan semakin baik, dan jika mencapai 100,00 persen artinya kinerja rantai pasok tersebut dapat dikatakan sempurna, dapat dilihat rata-rata kinerja pengiriman komoditas tomat tingkat petani yaitu 96,07 persen, tingkat agen ke pedagang besar 97,56 persen, sedangkan tingkat agen ke pedagang pengecer 98,33 persen, dan tingkat pedagang besar ke pedagang pengecer 99,21 persen. Jika dibandingkan dengan nilai *superior food SCOR card*, nilai kinerja pengiriman petani tomat sudah termasuk dalam kriteria baik, karena nilai rata-rata kinerja pengiriman yang baik adalah lebih dari 95,00 persen.

b. Pemenuhan Pesanan

Petani tomat memiliki nilai pemenuhan pesanan yaitu 98,59 persen dan seluruh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian produk telah memenuhi pesanan dengan tepat waktu tanpa menunggu. Rata-rata pemenuhan pesanan pada setiap lembaga pemasaran yaitu agen, dan pedagang besar adalah 100,00 persen. Apabila dibandingkan dengan nilai *Superior food SCOR card* (88,00 persen) nilai pemenuhan pesanan petani tomat mencapai sudah masuk dalam kategori baik.

c. Kesesuaian dengan Standar

Petani tomat selalu mengirimkan pesanan sesuai dengan standar yang ditentukan oleh agen yaitu 99,39 persen. Agen selalu mengirimkan pesanan yang sesuai dengan standar pedagang besar yaitu 99,14 persen dan penjualan ke pedagang pengecer 99,09 persen, dan pedagang besar telah memenuhi pesanan sesuai dengan standar pedagang pengecer yaitu 99,12 persen. Jika dibandingkan dengan nilai *superior food SCOR card*, nilai kesesuaian dengan standar petani tomat sudah masuk dalam kategori baik, karena nilai rata-rata kesesuaian standar setiap lembaga pemasaran yang terlibat mencapai nilai 99,00 persen keatas.

**Analisis Marjin Pemasaran**

1. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem tataniaga. Tujuan dari manajemen rantai pasok diantaranya adalah menyalurkan produk hingga konsumen akhir dengan harga yang kompetitif. Rantai pasok efisien apabila harga merata di setiap anggota.

Tabel 1. Kinerja rantai pasok tomat pada setiap lembaga pemasaran di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat

No	Indikator	Petani	Agan	Agan	P. Besar	Kriteria
	Penjualan ke	Agan	P. Besar	Pengecer	Pengecer	
1	<i>Lead Time</i> Pemenuhan Pesanan (Jam)	33,60	10,00	12,29	3,38	Baik
2	Siklus Pemenuhan Pesanan (Jam)	7,40	21,57	23,86	24,25	Baik
3	Fleksibilitas Rantai Pasok	0,00	0,00	0,00	0,00	Baik
4	<i>Cash to Cash Cycle Time</i>	7,00	2,00	1,00	1,00	Baik
5	Persediaan Harian (Hari)	0,00	0,00	0,00	0,00	Baik
6	Kinerja Pengiriman (Persen)	96,07	97,56	98,33	99,21	Baik
7	Pemenuhan Pesanan (Persen)	98,59	100,00	100,00	100,00	Baik
8	Kesesuaian dengan Standar (Persen)	99,39	99,14	99,09	99,12	Baik

Nilai dari margin pemasaran tomat pada saluran I adalah Rp4.500 bagian harga yang diterima petani atau *farmer share* adalah 35,71 persen, *ratio profit margin* (RPM) yang diperoleh tidak sebar merata atau tidak sama dengan nol. Analisis margin tataniaga tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat disajikan pada Tabel 2, 3, dan 4.

Analisis margin tataniaga tomat pada saluran pemasaran II nilai *farmer share* yang diperoleh petani adalah 41,67 persen, nilai margin pemasaran yaitu Rp3.500 dan nilai *ratio profit margin* tidak tersebar merata dan tidak sama dengan nol. Sedangkan nilai dan margin pemasaran tomat pada saluran III adalah Rp3.500. Bagian harga yang diterima petani tomat atau *farmer share* adalah 41,67 persen, *ratio profit margin* (RPM) yang diperoleh tidak tersebar merata atau tidak sama dengan nol. Nilai RPM tertinggi diperoleh oleh lembaga pedagang pengecer, sehingga pemasaran tidak mendekati efisien.

Tabel 2. Saluran Pemasaran I Komoditas Tomat di Kecamatan Sukau Tahun 2018

Saluran I			
No	Uraian	Rp/Buah	persen
1	Petani	2.500,00	35,71
2	Agen Sayuran		
	a. Harga beli	2.500,00	
	b. Margin biaya total	612,07	8,74
	Biaya pengangkutan	150,00	
	Biaya pengemasan	200,00	
	Biaya penyusutan	33,50	
	Biaya tenaga kerja	228,57	
	c. <i>Margin</i> keuntungan	887,93	12,68
	d. <i>Ratio profit margin</i>	1,45	
	e. Harga jual	4.000,00	57,14
3	Pedagang Besar		
	a. Harga beli	4.000,00	
	b. Margin biaya total	720,95	10,30
	Biaya pengangkutan	300,00	
	Biaya pengemasan	0,00	
	Biaya penyusutan	31,97	
	Biaya tenaga kerja	389,29	
	c. <i>Margin</i> keuntungan	1.279,05	
	d. <i>Ratio profit margin</i>	1,77	
	e. Harga jual	6.000,00	85,71
3	Pedagang Pengecer		
	a. a. Harga beli	6.000,00	
	b. Margin biaya total	348,31	4,98
	Biaya pengangkutan	0,00	
	Biaya pengemasan	149,94	
	Biaya penyusutan	136,06	
	Biaya tenaga kerja	0,00	
	Biaya sewa	62,32	
	c. <i>Margin</i> keuntungan	651,69	9,31
	d. <i>Ratio profit margin</i>	1,87	
	e. Harga jual	7.000,00	100,00
4	Konsumen	7.000,00	

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Adityas (2017) yang meneliti tentang strategi pengembangan komoditas sayur unggulan kawasan agropolitan Kabupaten Tanggamus. Penelitian menyatakan Keseluruhan *ratio profit margin* pemasaran sayuran cabai, kubis, dan kacang panjang di antara lembaga pemasaran pada tiap saluran pemasaran di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung tersebar tidak merata dan nilainya tidak sama dengan nol. Struktur pasar yang terbentuk adalah pasar dengan persaingan tidak sempurna. Berdasarkan uraian maka pemasaran sayuran dapat dinyatakan tidak efisien.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sucita, Tangkesalu, dan Lamusa (2017) yang meneliti tentang analisis pemasaran usahatani tomat di Desa Nupabomba Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala.

Penelitian menyatakan bagian harga yang diterima petani dan pedagang tidak merata yaitu pada saluran I sebesar 60,00 persen dan saluran II 70,00 persen, sehingga harga yang diperoleh petani dan pedagang tidak tersebar merata dan tingkat keuntungan yang paling tinggi diperoleh oleh pedagang pengecer.

Tabel 3. Saluran Pemasaran II Komoditas Tomat di Kecamatan Sukau Tahun 2018

Saluran II			
No	Uraian	Rp/Buah	Persen
1	Petani	2.500,00	41,67
2	Agen Sayuran		
	a. Harga beli	2.500,00	
	b. Margin biaya total	956,57	15,94
	Biaya pengangkutan	485,71	
	Biaya pengemasan	181,33	
	Biaya penyusutan	60,95	
	Biaya tenaga kerja	228,57	
	c. <i>Margin</i> keuntungan	1.543,43	25,72
	d. <i>Ratio profit margin</i>	1,61	
	e. Harga jual	5.000,00	83,33
3	Pedagang Pengecer		
	a. Harga beli	5.000,00	
	b. Margin biaya total	298,00	4,97
	Biaya pengangkutan	0,00	
	Biaya pengemasan	142,27	
	Biaya penyusutan	101,66	
	Biaya tenaga kerja	0,00	
	Biaya sewa	54,07	
	c. <i>Margin</i> keuntungan	702,00	11,70
	d. <i>Ratio profit margin</i>	2,36	
	e. Harga jual	6.000,00	100,00
4	Konsumen	6.000,00	

Tabel 4. Saluran Pemasaran III Komoditas Tomat di Kecamatan Sukau Tahun 2018

Saluran III			
No	Uraian	Rp/Buah	Persen
1	Petani	2.500,00	41,67
2	Agen Sayuran		
	a. Harga beli	2.500,00	
	b. Margin biaya total	618,89	10,31
	Biaya pengangkutan	194,44	
	Biaya pengemasan	157,78	
	Biaya penyusutan	72,22	
	Biaya tenaga kerja	194,44	
	c. <i>Margin</i> keuntungan	881,11	14,69
	d. <i>Ratio Profit Margin</i>	1,42	
	e. Harga jual	4.000,00	66,67
3	Pedagang Besar		
	a. Harga beli	4.000,00	
	b. Margin biaya total	596,71	9,95
	Biaya pengangkutan	412,50	
	Biaya pengemasan	154,09	
	Biaya penyusutan	30,12	
	Biaya tenaga kerja	0,00	
	c. <i>Margin</i> keuntungan	1.403,29	23,49
	d. <i>Ratio profit margin</i>	2,35	
	e. Harga jual	6.000,00	100,00
	Konsumen	6.000,00	

2. Struktur Pasar

Tomat yang dijual oleh petani responden ke agen mempunyai karakteristik yaitu tomat dalam kondisi segar ataupun baru panen. Petani tomat berjumlah banyak, sehingga ketersediaan produk mencukupi kebutuhan pedagang. Hal ini mempengaruhi pedagang secara bebas masuk untuk membeli tomat dan diperdagangkan di pasar yang ada. Struktur pasar yang dihadapi petani tomat di Kecamatan Sukau cenderung bersifat pasar dengan persaingan tidak sempurna yaitu oligopsoni. Hal ini dilihat dari jumlah petani tomat yang cukup banyak dibandingkan jumlah pedagang yang membeli tomat serta elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu sehingga perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibandingkan dengan perubahan harga di tingkat petani. Penentuan harga dilakukan oleh pihak pedagang berdasarkan harga tomat yang berlaku di pasar, sehingga kedudukan petani tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Agen membeli tomat dari petani dengan jumlah besar. Pembelian tomat dari petani ke agen akan dijual ke pedagang besar maupun ke pedagang pengecer di daerah Bandar Lampung. Jumlah agen lebih kecil dibandingkan dengan jumlah pedagang besar maupun pedagang pengecer dan jumlah pedagang besar lebih kecil dibandingkan dengan jumlah pedagang pengecer, sehingga struktur pasar oligopoli.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ali, Situmorang, dan Murniati (2017) yang meneliti analisis efisiensi pemasaran kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Penelitian menyatakan struktur pasar dalam sistem pemasaran kubis cenderung menghadapi struktur pasar oligopsoni di tingkat petani (penjual lebih banyak dibandingkan pembeli), tetapi oligopoli di tingkat pedagang perantara dan konsumen akhir (pembeli lebih banyak dari penjual), walaupun produk homogen dan pelaku pasar bebas keluar masuk pasar.

3. Perilaku pasar

Perilaku pasar diketahui dengan mengamati bagaimana praktik pembelian dan penjualan tomat, sistem penentuan dan pembentukan harga serta kerjasama di antara lembaga pemasaran. Perilaku pasar di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat yaitu petani tomat melakukan penjualan dengan sistem borong ke agen. Agen membeli tomat dari petani dengan jumlah yang cukup besar untuk di distribusikan kembali ke pasar di luar kawasan Kabupaten Lampung Barat. Pembentukan harga tomat antara petani dengan agen berdasarkan proses tawar-menawar dan berdasarkan harga yang berlaku di pasaran. Namun, adanya proses tawar-menawar tidak mempengaruhi harga tomat yang telah ditentukan agen, sehingga petani berada dalam posisi penerima harga (*price taker*). Sistem pembayaran yang dilakukan oleh agen adalah sistem bayar tunda. Agen menjual tomat ke pedagang besar dan pedagang pengecer dan tomat yang dijual ke pedagang besar akan dijual kembali pada pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer menjual tomat sampai ke konsumen akhir. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Aggraini, Hasyim, dan Situmorang (2013) tentang analisis efisiensi pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung yaitu sistem pembayaran yang langsung dibayar tunai dengan petani, namun untuk pembentukan harga petani tetap dalam posisi penerima harga yang telah ditetapkan oleh pabrik pengolahan ubi kayu.

Elastisitas Transmisi Harga (ET)

Berdasarkan hasil penelitian perhitungan elastisitas transmisi harga pada komoditas tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat yaitu:

$$Et = \frac{1}{b} \times \frac{Pf}{Pr} \dots \dots \dots (9)$$

$$\begin{aligned} &= \frac{1}{0,870} \times \frac{2.746}{7.125} \\ &= 1,149 \times 0,385 \\ &= 0,44 \end{aligned}$$

Nilai elastisitas transmisi harga tomat yaitu 0,44 ( $E_t < 1$ ) yang berarti perubahan harga satu persen di tingkat konsumen akhir atau pengecer, akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari satu persen di tingkat petani. Menurut Hasyim (2012), bila  $E_t < 1$  berarti laju perubahan harga di tingkat produsen lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat pedagang pengecer.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Prayitno, Hasyim, dan Situmorang (2016) yang meneliti tentang efisiensi pemasaran cabai merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung hasil perhitungan elastisitas transmisi harga memperoleh nilai  $E_t > 1$  yaitu 2,15 sehingga laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen.

### KESIMPULAN

Lembaga yang terlibat dalam rantai pasok tomat yaitu petani, agen, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Mekanisme aliran barang dari hulu ke hilir yaitu petani sampai konsumen akhir, aliran informasi terdiri dari dua arah yaitu antara petani dan antara beberapa lembaga pemasaran (petani dengan agen, agen dengan pedagang besar dan pedagang pengecer, pedagang besar dengan pedagang pengecer dan pedagang pengecer dengan konsumen), dan aliran keuangan dari hilir ke hulu yaitu dari konsumen ke petani. Kinerja rantai pasok anggota telah mencapai standar kinerja, sehingga dalam kriteria baik. Untuk pengukuran *ratio profit margin* antar lembaga tersebar tidak merata dan  $E_t < 1$ , sehingga pemasaran sayuran belum efisien.

### DAFTAR PUSTAKA

Adityas MR. 2017. Strategi Pengembangan Komoditas Sayur Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Tanggamus. *Skripsi*.

- Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ali MF, Situmorang S, dan Murniati K. 2017. Analisis efisiensi pemasaran kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. *JIIA*, 5 (3): 258-266. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1638/1464>. [07 November 2018].
- Anatan L dan Elitan L. 2008. *Supply Chain Management Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Bandung.
- Anggraini A, Hasyim AI, dan Situmorang S. 2013. Analisis pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung. *JIIA*, 1 (1) : 80-86. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/135/139>. [07 November 2018].
- Bollstroff P dan Rosenbaum R. 2011. *Supply Chain Excellence : A Handbook For Dramatic Improvement Using the SCOR Model (US)*. Prentice Hall. New York.
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2016. *Statistik Tanaman Sayuran dan Buah-Buahan Semusim*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- BPS [Badan Pusat Statistik] Provinsi Lampung. 2017. *Provinsi Lampung Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik. Bandar Lampung.
- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura. 2017. *Realisasi Tanaman Panen*. Pemerintah Kabupaten Lampung Barat. Liwa.
- Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Prayitno AB, Hasyim AI, dan Situmorang S. 2013. Efisiensi pemasaran cabai merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *JIIA*, 1 (1) : 53-59. <https://media.neliti.com/media/publications/100238-ID-analisis-usahatani-dan-pemasaran-bawang.pdf>. [20 Oktober 2017].
- Riwanti W. 2011. Manajemen Rantai Pasokan Brokoli Organik. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Sucita R, Tangkesalu D, dan Lamusa A. 2017. Analisis pemasaran usahatani tomat di Desa Nupabomba Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala. *Agrotekbis*, 5 (2) : 260-268. <https://media.neliti.com/media/publications/243257-analisis-pemasaran-usahatani-tomat-di-de-6e99ad62.pdf> [07 November 2018].
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.