

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN JAHE GAJAH DI DAERAH SENTRA PRODUKSI SUMATERA UTARA

Ludi Mauludi, D.T. Sitorus dan Nana Mahdi

Balai Penelitian Tanaman rempah dan Obat

RINGKASAN

Analisis tentang efisiensi pemasaran Jahe Gajah di daerah sentra produksi Sumatera Utara telah dilakukan di Kabupaten Dairi dan Simalungun pada bulan Oktober 1992. Penelitian bertujuan untuk mengkaji tingkat efisiensi pemasaran jahe di kedua daerah sentra tersebut. Penelitian ini menggunakan metoda survai dengan penarikan contoh secara acak bertujuan. Metoda analisis yang digunakan adalah analisis penyebaran margin pemasaran, indeks profitabilitas dan korelasi harga. Dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa secara teknis, sistem pemasaran di Kabupaten Dairi dan Simalungun cukup efisien yang ditunjukkan oleh saluran pemasaran yang relatif pendek dan didukung oleh sarana transportasi yang memadai/lancar. Namun secara ekonomis kurang efisien, karena bagian harga petani lebih kecil daripada margin pemasaran. Indeks profitabilitas petani, pedagang desa dan eksportir di Kabupaten Dairi adalah masing-masing sebesar 1.89 ; 1.27 ; dan 1.62. Sedangkan di Kabupaten Simalungun adalah sebesar 1.42 ; 2.12 ; 2.17 dan 1.64 masing-masing untuk indeks profitabilitas petani, pedagang desa, pedagang kecamatan dan eksportir. Apabila dibandingkan keadaan pemasaran di kedua kabupaten tersebut, ternyata keadaan pemasaran di Kabupaten Dairi secara relatif lebih efisien dibanding Kabupaten Simalungun yang ditunjukkan dengan bagian harga petani sebesar 46.22 % dan koefisien korelasi harga 0.9034; sedangkan di Kabupaten Simalungun bagian harga petani dan koefisien korelasi harganya masing-masing sebesar 32.40% dan 0.7928.

ABSTRACT

Marketing efficiency analysis of Gajah Ginger in the production centre area of North Sumatera.

Marketing efficiency analysis of Gajah ginger in production centre area of North Sumatera was carried out at Dairi and Simalungun districts on October 1992. The purpose of this study was to analyze the marketing efficiency level of Gajah ginger in both districts. The study used a survey method with purposive random sampling. The data was analyzed by marketing margin distribution, profitability index and price correlation. The results showed that the marketing system at Dairi and Simalungun districts was technically efficient. This was shown by the short marketing channels and better transportation facilities. Nevertheless, the marketing system was economically less efficient because the farmer's share was smaller than its marketing margin. The profitability index of farmer, village trader and exporter at Dairi district were 1.89 ; 1.27 and 1.62,

respectively. While at Simalungun district the figures were 1.42 ; 2.12 ; 2.17; and 1.64 for profitability index of farmer, village trader, sub district trader and exporter, respectively. If the marketing situation at Dairi district was compared to that of Simalungun district, the situation at Dairi district was relatively more efficient. This was exhibited by the farmer's share and price correlation coefficient. The figures were 46.22 % and 0.9034 at Dairi and 32.40 % and 0.7928 at Simalungun, respectively.

PENDAHULUAN

Propinsi Sumatera Utara adalah salah satu daerah sentra produksi jahe di Indonesia. Pengembangan areal pertanaman jahe di daerah ini setiap tahunnya mengalami peningkatan sebesar 3.09 %, demikian pula laju peningkatan produksinya naik sebesar 2.91 % per tahun, namun sebaliknya terjadi penurunan tingkat produktivitas sebesar - 2.02 % per tahun (MAULUDI dan WAHYUDIN, 1992).

Penurunan laju peningkatan produktivitas tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain faktor harga yang rendah. Rendahnya harga yang diterima petani dapat menyebabkan kecilnya keuntungan yang diterima, sehingga kemampuan modal untuk merekayasa usahatannya rendah.

Dipihak lain, walaupun harga jahe di pasaran dunia berfluktuasi, namun kenyataannya harga di tingkat eksportir cenderung meningkat setiap tahunnya. Perkembangan harga ekspor jahe segar Indonesia cenderung meningkat sebesar 5.55 % per tahun dan perkembangan harga jahe kering meningkat sebesar 10.82 % per tahun (Tabel 1).

Dari fenomena di atas diduga bahwa letak permasalahannya berada pada aspek pemasaran, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tingkat efisiensi pemasaran jahe di daerah sentra produksi Sumatera Utara.

Tabel 1. Perkembangan harga ekspor jahe Indonesia tahun 1981-1989 (US \$/Kg FOB)
 Table 1. Trend of export price of Indonesian ginger in 1981- 1989 (US \$/Kg FOB)

Tahun/Years	Harga rata-rata / Average price	
	Jahe segar/ Fresh ginger	Jahe kering/ Dry ginger
1981	0.131	0.224
1982	0.129	0.519
1983	0.119	0.657
1984	0.126	0.305
1985	0.131	0.955
1986	0.127	0.956
1987	0.191	0.524
1988	0.157	0.405
1989	0.211	0.434
Trend (%)	5.55	10.82

Sumber : ANON., 1991 (diolah)
 Source : ANON., 1991 (calculated)

METODOLOGI

Lokasi penelitian dan pengambilan contoh

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Dairi dan Simalungun yang merupakan daerah sentra produksi Jahe Gajah di propinsi Sumatera Utara. Metoda pengambilan contoh dilakukan dengan cara acak bertujuan (purposive random sampling) dari tingkat petani sebagai produsen sampai dengan tingkat eksportir sebagai konsumen. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 1992.

Metoda pengumpulan data

Data primer dikumpulkan dengan cara wawancara langsung dengan petani dan para pedagang melalui pengisian daftar pertanyaan (quisioner) yang telah dipersiapkan, sedangkan data sekunder di peroleh dari instansi-instansi yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, juga dilakukan pengamatan langsung terhadap fasilitas-fasilitas penunjang lainnya dalam pemasaran komoditas tersebut.

Metoda analisis

Untuk menggambarkan tingkat efisiensi pemasaran Jahe Gajah di propinsi Sumatera Utara, metoda analisis yang digunakan adalah

metoda analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan membandingkan keadaan pemasaran di kedua kabupaten tersebut, sedangkan analisis kuantitatif dilakukan dengan perhitungan akuntansi dengan memakai model penyebaran marjin pemasaran dan *profitability index* (PI), serta model regresi linear untuk analisis integrasi pasar. Model marjin pemasaran adalah sebagai berikut :

$$M = \sum_{i=1}^m C_i + \sum_{j=1}^n P_j = H_k - H_p$$

dimana :

- M = Marjin pemasaran
- C_i = biaya pemasaran (i = 1, 2, ..., m ; m = jumlah jenis biaya)
- P_j = Keuntungan pemasaran (j = 1, 2, ..., n ; n = jumlah lembaga pemasaran yang terlibat)
- H_k = harga yang dibayarkan konsumen akhir (harga = FOB)
- H_p = Harga yang diterima petani produsen

Profitability Index adalah sbb :

$$PI = \frac{P_j}{C_i}$$

Model analisis integrasi pasar adalah sebagai berikut :

$$H_p = a + b H_k$$

dimana :

- H_p = harga rata-rata di tingkat petani produsen
- H_k = harga rata-rata di tingkat konsumen (ekspertir)
- a = intersep
- b = slope

Nilai-nilai parameter dari model integrasi pasar tersebut diduga secara langsung melalui pendugaan kuadrat terkecil biasa (ordinary least squares estimation).

Menurut JOHNSTON (1972), metoda pendugaan kuadrat terkecil akan menghasilkan penduga-penduga parameter yang tidak bias dan terbaik (best linear unbiased estimate), walaupun anggapan tentang kenormalan pengaruh pengganggu tidak terpenuhi.

Tujuan analisis integrasi pasar (korelasi harga) adalah untuk menguji hipotesis pasar persaingan sempurna dan dilakukan dengan uji t. Hipotesis yang akan di uji adalah: H₀: B = 1, lawan H_a : B ≠ 1 ; apabila H₀ diterima dan koefisien korelasi (r) mendekati satu, maka berarti pasar tersebut mendekati keadaan pasar persaingan sempurna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran pemasaran

Sistim distribusi dari pemasaran Jahe Gajah di Kabupaten Dairi dan Simalungun dapat digambarkan dengan skema seperti pada Gambar 1.

Di Kabupaten Dairi saluran pemasaran jahe segar dari petani sebagai produsen hanya melalui pedagang pengumpul I (pedagang tingkat desa) kemudian langsung ke pedagang eksportir di kota Medan, hal ini dimungkinkan karena pedagang desa juga merangkap sebagai petani produsen. Di samping itu fasilitas transportasinya cukup memadai.

Lain halnya di Kabupaten Simalungun saluran pemasaran jahe dari petani pada umumnya melalui dua pedagang pengumpul yaitu pedagang tingkat desa (pedagang pengumpul I) dan pedagang tingkat kecamatan (pedagang pengumpul II). Hal ini disebabkan para pedagang betul-betul murni sebagai pedagang, juga selain itu lokasi pertanaman jahe terpecah-pecah dan jauh dari pusat pasar, serta fasilitas transportasinya kurang memadai.

Gambaran saluran pemasaran di atas memperlihatkan bahwa secara teknis sistem pemasaran Jahe Gajah di Kabupaten Dairi relatif lebih efisien dibanding dengan sistem pemasaran di Kabupaten Simalungun.

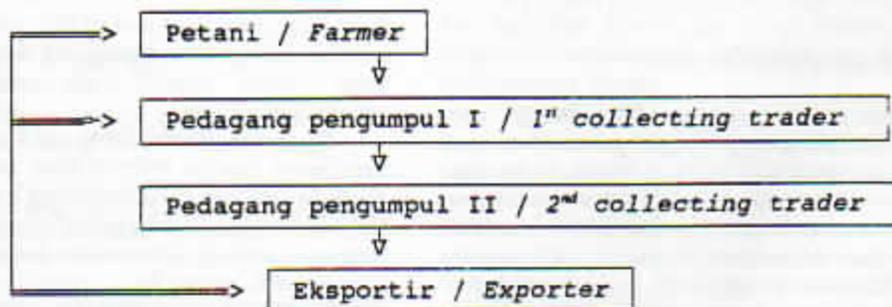
Penyebaran margin pemasaran

Pemasaran ialah keragaan semua usaha yang mencakup aktivitas arus komoditas dan jasa, mulai dari tangan produsen sampai di tangan konsumen akhir (KOHL dan DOWNEY dalam AZZAINO, 1981). Usaha tersebut melibatkan kegiatan lembaga-lembaga pemasaran yang memerlukan biaya dan mengharapkan keuntungan. Besarnya biaya dan keuntungan ini disebut margin pemasaran, yang pada hakekatnya merupakan selisih dari harga penjualan petani/produsen dengan harga pembelian konsumen.

Dalam analisis penyebaran margin pemasaran Jahe Gajah di Sumatera Utara ini yang disebut produsen adalah petani jahe, sedang yang disebut konsumen akhir adalah eksportir, sehingga dalam perhitungan margin pemasaran di pakai harga jual mulai ditingkat petani sampai dengan harga ditingkat eksportir (FOB).

Hasil analisis penyebaran margin pemasaran Jahe Gajah di Kabupaten Dairi dan Simalungun tercantum pada Tabel 2.

Dari Tabel 2 terlihat bahwa besarnya margin pemasaran Jahe Gajah di Kabupaten Dairi adalah 55.78 % yang terdiri atas margin biaya sebesar 21.40 % dan margin keuntungan sebesar 34.38 %. Sedangkan besarnya margin pemasaran di Kabupaten Simalungun adalah



Gambar 1. Sistem distribusi dan pemasaran Jahe Gajah di Kabupaten Dairi dan Simalungun, Sumatera Utara.
Figure 1. Distribution of Gajah Ginger marketing in Dairi and Simalungun Districts, North Sumatra.

Keterangan / Note:

- > = Saluran pemasaran Jahe Gajah di Kabupaten Simalungun / Marketing channels of Gajah ginger in Simalungun district
- -> = Saluran pemasaran Jahe Gajah di Kabupaten Dairi / Marketing channel of Gajah ginger in Dairi district

Tabel 2. Penyebaran margin pemasaran Jahe Gajah segar di Kabupaten Dairi dan Simalungun
 Table 2. Distribution of marketing margin of Gajah fresh ginger at Dairi and Simalungun districts in 1992

Uraian / Description	Dairi		Simalungun	
	Rp./kg	%	Rp./kg	%
1. Harga tingkat petani <i>Farmers gate price</i>	394.75	46.22	276.75	32.40
2. Harga pedagang desa <i>Village trader price</i>	525.30	-	387.37	-
- Biaya pemasaran <i>Margin cost</i>	57.45	6.73	35.45	4.15
- Keuntungan pemasaran <i>Profit margin</i>	73.10	8.56	75.17	8.80
3. Harga pedagang kecamatan <i>Sub district trader price</i>	-	-	530.47	-
- Biaya pemasaran <i>Margin cost</i>	-	-	45.17	5.29
- Keuntungan pemasaran <i>Margin profit</i>	-	-	97.93	11.46
4. Harga eksportir (FOB) <i>Eksportir price (FOB)</i>	854.14	100.00	854.14	100.00
- Biaya pemasaran <i>Margin cost</i>	125.30	14.67	122.45	14.34
- Keuntungan pemasaran <i>Margin profit</i>	203.54	23.82	201.22	23.56

67.60 % yang terdiri atas margin biaya sebesar 23.78 % dan margin keuntungan sebesar 43.82 %.

Dengan besarnya margin pemasaran tersebut, maka bagian harga (*farmer's share*) yang diterima petani di Kabupaten Dairi dan Simalungun adalah masing-masing sebesar 46.22 dan 32.40 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara ekonomis, sistem pemasaran Jahe Gajah di kedua kabupaten tersebut kurang efisien karena bagian harga yang diterima petani lebih kecil dibandingkan margin pemasaran.

Analisis *profitability index*

Suatu kegiatan pemasaran dikatakan efisien jika para pelaku kegiatan tersebut memperoleh tingkat kepuasan yang layak sesuai dengan kontribusinya, dengan kata lain bahwa baik

petani maupun pedagang memperoleh keuntungan yang layak atas korbanan yang telah dikeluarkannya.

Keuntungan yang layak dicapai apabila harga penjualan per unit produk melebihi biaya korbanan per unit produk yang dikeluarkan. Untuk melihat keadaan ini maka perlu diketahui *profitability index* (PI) dari masing-masing pelaku perusahaan jahe mulai dari petani sebagai produsen sampai eksportir sebagai konsumen.

Biaya produksi (harga pokok) per kg jahe segar di Kabupaten Dairi dan Simalungun, masing-masing adalah sebesar Rp 208.81 dan Rp 195.05 (Tabel 3).

Berdasarkan harga pokok tersebut, maka PI pada tingkat petani di Kabupaten Dairi adalah 1.82. Sedang PI pada tingkat petani di Kabupaten Simalungun adalah 1.42. Dari perhitungan

Tabel 3. Perhitungan harga pokok produksi Jahe Gajah segar di Kabupaten Dairi dan Simalungun tahun 1992 (0.25 ha)
 Table 3. Calculation of production cost price of Gajah fresh ginger at Dairi and Simalungun districts in 1992 (0.25 ha)

Uraian / Description	Kabupaten / District	
	Dairi	Simalungun
Produksi / Production (kg)	7 547.70	8 459.60
Biaya produksi / Production cost (Rp.)	1 576.04	1 650.01
- Sarana produksi/Production material (Rp.)	1 173.56	1 209.40
- Tenaga kerja / Man power (Rp.)	902.40	440.61
Harga pokok / Cost price (Rp./kg)	208.81	195.05

margin keuntungan dan margin biaya pada tingkat pedagang desa dan eksportir (Tabel 2), diperoleh PI dari masing-masing pedagang adalah sebesar 1.27 dan 1.62 di Kabupaten Dairi, sedangkan di Kabupaten Simalungun PI pada tingkat pedagang desa, kecamatan dan eksportir masing-masing adalah sebesar 2.12; 2.17; dan 1.64.

Hasil analisis PI di atas menunjukkan bahwa para pelaku usaha perjahean di Sumatera Utara pada umumnya menerima keuntungan/kepuasan yang cukup layak sesuai dengan aktivitas dan korbanan yang dikeluarkannya.

Analisis integrasi pasar

Analisis ini mempergunakan data perkembangan harga jahe segar di tingkat petani/pedagang desa dan di tingkat eksportir selama tahun 1991/1992 yang bersumber dari catatan perkembangan harga beli pedagang desa dan harga jual eksportir (FOB).

Dari analisis korelasi harga di dua kabupaten tersebut di peroleh pendugaan fungsi linear dari masing-masing kabupaten adalah sebagai berikut :

1. Korelasi harga di kabupaten Dairi
 $HP 1 = 418.0525 + 1.3535 Hk ; r = 0.9034.$

Pada taraf nyata 5% hasil uji t menerima H_0 yang berarti bahwa pasar di Kabupaten Dairi terintegrasi atau dengan kata lain pasar dalam keadaan bersaing sempurna. Keeratan hubungan (korelasi) antara harga di tingkat eksportir dengan harga di tingkat petani adalah 90.34 %.

2. Korelasi harga di Kabupaten Simalungun.
 $HP 2 = 638.5118 + 1.2364 Hk ; r = 0.7928$

Dari hasil uji t, ternyata hipotesis H_a ($\alpha = 10\%$) diterima, yang berarti bahwa pasar di Kabupaten Simalungun kurang terintegrasi. Koefisien korelasi (r) = 0.7928 menunjukkan bahwa keeratan hubungan (ketergantungan) antara harga di tingkat petani dengan harga di tingkat eksportir sebesar 79.28%.

Perbandingan efisiensi pemasaran

Jika dibandingkan keadaan sistem pemasaran di Kabupaten Dairi dengan Kabupaten Simalungun, dengan memakai indikator-indikator efisiensi yang telah diuraikan di atas maka dapat dikatakan bahwa secara relatif sistem pe-

Tabel 4. Analisis perbandingan efisiensi pemasaran Jahe Gajah di Kabupaten Dairi dan Simalungun, tahun 1992
 Table 4. Comparative analysis of marketing efficiency of Gajah Ginger at Dairi and Simalungun Districts in 1992.

No.	Indikator efisiensi Efficiency indicators	Kab. Dairi Dairi distric	Kab. Simalungun Simalungun distric
1.	Bagian harga petani Farmers share (%)	46.22	32.40
2.	Marjin pemasaran Marketing margin	55.78	67.60
3.	Koefisien korelasi harga Price correlation coefficient	0.9034	0.7928
	- Petani/Farmer	1.89	1.42
	- Pedagang desa/Village trader	1.27	2.12
	- Pedagang kecamatan/Sub distric trader	-	2.17
	- Eksportir/exporter	1.62	1.64

masaran Jahe Gajah di Kabupaten Dairi lebih efisien dari pada di Kabupaten Simalungun. Untuk jelasnya indikator-indikator efisiensi pemasaran dapat dilihat pada Tabel 4.

Secara umum dapat dikatakan bahwa sistem pemasaran yang satu relatif lebih efisien dari pada sistem pemasaran lainnya, jika koefisien korelasi (r) lebih besar, marjin pemasaran lebih kecil, dan PI yang diperoleh menyebar secara proposional sesuai kontribusi aktivitasnya. Pada Tabel 4 terlihat bahwa Kabupaten Dairi mempunyai indikator-indikator yang lebih efisien dibanding Kabupaten Simalungun.

KESIMPULAN

Berdasarkan indikator-indikator efisiensi yang di peroleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

Secara teknis sistem pemasaran Jahe Gajah di daerah sentra produksi Sumatera Utara relatif cukup efisien yang ditunjukkan oleh saluran pemasaran yang relatif pendek dan didukung dengan sarana transportasi yang relatif memadai/lancar. Namun secara ekonomis, baik di Kabupaten Dairi maupun Simalungun sistem pemasarannya kurang efisien yang ditunjukan oleh bagian harga yang diterima petani (farmer's share) lebih kecil dibanding marjin pemasaran-

nya. Farmer's share di kabupaten Dairi dan Simalungun masing-masing 46.22 dan 32.40 % sedangkan marjin pemasarannya masing-masing 55.78 dan 67.60 %.

Hasil analisis korelasi harga menunjukkan bahwa keadaan pasar di Kabupaten Dairi lebih terintegrasi dibandingkan dengan keadaan pasar di Kabupaten Simalungun.

Dari hasil analisis perbandingan tingkat efisiensi pemasaran di dua daerah sentra produksi tersebut ternyata bahwa sistem pemasaran di Kabupaten Dairi relatif lebih efisien dibanding dengan sistem pemasaran di Kabupaten Simalungun.

DAFTAR PUSTAKA

- ANONYMOUS. 1991. Ekspor Indonesia. Biro Pusat Statistik Jakarta.
 AZZAINO, Z. 1981. Pengantar Tataniaga Pertanian. IPB. Bogor.
 JOHNSTON, J. 1972. Econometrics Methods. Second edition. MC. Graw Hill Book Company. New York.
 MAULUDI, L dan WAHYUDIN. 1992. Keragaan usahatani Jahe Gajah dan analisis kelayakannya di daerah sentra produksi Sumatera Utara. Balitro. Bogor, (belum diterbitkan).