ISSN 1020-7317

2

Buku Petunjuk Penyuluhan Pemasaran

Memahami dan menggunakan INFORMASI PASAR

Departemen Pertanian
Republik Indonesia

Food and Agriculture Organization of the United Nations

2

Buku Petunjuk Penyuluhan Pemasaran

Memahami dan menggunakan INFORMASI PASAR

oleh
Andrew W. Shepherd

Dinas/Lembaga Pemasaran dan Keuangan Perdesaan
Bagian Sistem Pendukung Pertanian

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS
Rome 2000

Published by arrangement with the
Food and Agriculture Organization of the United Nations
by
Center for Agricultural Extension Development
Ministry of Agriculture, Republic of Indonesia

Penggunaan istilah dan penyajian materi perihal status hukum suatu negara, wilayah, kota atau daerah atau bagian dari kekuasaannya, atau yang berkaitan dengan batas atau kawasannya tidaklah merupakan ungkapan pendapat resmi dari Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-bangsa (FAO)

Buku Petunjuk ini aslinya diterbitkan oleh Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-bangsa (FAO) sebagai "Marketing and Extension Guide No. 2 – Understanding and Using Market Information"

Penggunaan istilah dan penyajian materi perihal status hukum suatu negara, wilayah, kota atau daerah atau bagian dari kekuasaannya, atau yang berkaitan dengan batas atau kawasannya tidaklah merupakan ungkapan pendapat resmi dari Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-bangsa (FAO)

Penggunaan istilah ekonomi 'maju' dan 'sedang berkembang' digunakan untuk kemudahan statistik dan tidak merupakan penetapan status proses pembangunan yang dicapai oleh suatu negara, wilayah atau kawasan

Mitra penerbit bertanggungjawab atas penerjemahan naskah buku ini ke dalam Bahasa dan FAO tidak mengambil tanggungjawab apa pun atas ketepatan terjemahannya

Kata Pengantar

Buku Petunjuk ini telah dipersiapkan untuk membantu para penyuluh dan petugas lain yang selalu berhubungan dengan masyarakat tani dalam memberikan bimbingan kepada para petani mengenai bagaimana sebaiknya menggunakan informasi pasar. Buku ini menitikberatkan kepada perlunya pemahaman mengapa para petani memerlukan informasi, bagaimana mereka dapat menggunakannya dan memperolah manfaat dari penggunaan tersebut, dan sumber-sumber informasi pasar apa saja yang tersedia. Mengapa harga-harga berubah, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, bagaimana menafsirkan harga-harga yang disediakan oleh pusat layanan informasi pasar, dan bagaimana menghitung biaya pemasaran antara petani dan pasar juga dijelaskan dalam buku ini. Selain itu, Buku Petunjuk ini memberikan sejumlah cara-cara praktis sehingga penyuluh dan petugas lain di seluruh dunia dapat bekerja untuk meningkatkan dukungan mereka kepada upaya-upaya pemasaran yang dilakukan oleh para petani.

DAFTAR ISI

Gambar

Kotak

Pernyataan terima kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Christopher Grace, Kyaw Myint, Bridget Poon, Alexander Schake, Edward Seidler dan Michael Westlake yang memberikan komentar-komentar berharga terhadap draf Buku Petunjuk ini. Doyle Baker dan David Norman membantu dalam penyusunan Lampiran. Ucapan terima kasih juga kepada 'Yuss' untuk pembuatan gambar dan kepada Tom Laughlin untuk pekerjaannya merencanakan serial buku petunjuk ini.

AWS

Pendahuluan

TUJUAN

Buku ini telah dipersiapkan untuk membantu para penyuluh dan petugas lain yang selalu berhubungan dengan masyarakat tani untuk membimbing mengenai bagaimana para petani dapat menggunakan informasi pasar dengan baik, khususnya informasi yang disediakan oleh layanan informasi pasar pemerintah. Agar melaksanakan bimbingan tersebut para penyuluh perlu memahami:

- mengapa para petani dan pedagang memerlukan informasi dan bagaimana mereka dapat menggunakannya;
- sumber-sumber informasi apakah yang tersedia;
- mengapa harga-harga berubah, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang;
- bagaimana menafsirkan harga-harga yang disediakan oleh layanan informasi pasar;
- bagaimana menghitung biaya pemasaran antara petani dan pasar.

Buku ini meliputi semua hal tersebut dan juga melihat cara-cara praktis yang dapat dilakukan oleh para penyuluh dalam membantu para petani. Penekanan diberikan kepada penggunaan informasi yang mutakhir untuk menentukan pemasaran jangka pendek dan jangka panjang, atau historikal (menurut sejarah), infomasi untuk menentukan tentang apa dan kapan waktu produksi.

MEMPRODUKSI SESUAI PERMINTAAN PASAR

Para petani harus selalu telah membuat keputusan tentang apa yang ditanam, kapan menanam dan dimana menjual. Pada masa lalu, keputusan tersebut seringkali dibuat tanpa kesulitan. Mereka sering kali menanam tanaman yang juga ditanam oleh tetangga-tetangganya dan menjual kepada pembeli, atau para pembeli, yang sama pula. Keadaan sekarang telah berubah. Banyak petani sekarang menyadari bahwa mereka harus berorientasi pasar dan memutuskan sendiri tentang apa, kapan dan bagaimana memasarkan. Beberapa alasan terhadap perubahan ini adalah:

- berkurangnya kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah;
- berkurangnya, atau dan berakhirnya, subsidi untuk produksi dan pengaturan penetapan harga oleh pemerintah;
- berkembangnya teknik budidaya;
- meningkatnya permintaan yang disebabkan oleh meningkatnya urbanisasi;
- meningkatnya peluang perdagangan internasional untuk hasil-hasil pertanian yang bersifat mudah rusak.

Perubahan ini dibahas secara singkat pada halaman-halaman berikutnya. Semua hal tersebut memberikan dampak yang penting terhadap informasi yang diperlukan oleh para petani.

Berkurangnya kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah

Pemerintahan di seluruh dunia telah menarik secara langsung keterlibatannya dalam pemasaran pertanian. Suatu contoh yang paling cepat terjadi di negara-negara Eropa Timur dan negara-negara yang dulu tergabung dalam Uni Soviet. Di negara-negara tersebut, proses produksi, pemrosesan dan pendistribusian yang sentratistik berakhir dalam waktu singkat. Para petani tiba-tiba dihadapkan pada keharusan untuk mengidentifikasi perorangan atau perusahaan yang akan membeli hasil produksi mereka. Seringkali mereka harus menerima harga yang ditawarkan, tanpa mengetahui apakah harga tersebut layak atau tidak.

Di negara-negara Sub-Sahara Afrika, pemerintah secara berangsur-angsur menutup badan/lembaga pemasaran serealia (biji-bijian) dan hasil pertanian lainnya. Dewasa ini di banyak negara para pedagang swasta telah mengambil alih fungsi badan/lembaga pemasaran pemerintah sepenuhnya. Di negara-negara lain, badan/lembaga tersebut tetap menjalankan fungsinya tetapi kini hanya menangani sebagian kecil tanaman. Dahulu, badan/lembaga pemerintah seringkali hanya memiliki satu patokan harga pembelian saja, tanpa memperhitungkan perubahan waktu, dan karena itu para petani mencoba untuk menjual hasil pertaniannya secepat mungkin setelah panen. Sekarang, para petani perlu mengetahui perorangan atau perusahaan- perusahaan yang akan membeli hasil panen mereka, dan merasa yakin bahwa mereka akan memperoleh harga yang baik. Mereka juga perlu memutuskan apakah yang terbaik menjual hasil pertanian mereka langsung setelah panen atau menyimpannya dahulu dengan harapan harganya akan naik.

Di bagian dunia lain perubahan-perubahan dalam pengaturan pemasaran bahan pangan terjadi secara kurang dramatis. Namun kecenderungan umum yang terjadi adalah berkurangnya peran badan/lembaga pemasaran pemerintah yang menangani pangan dan hasil-hasil pertanian lain dan bertambah besarnya peran sektor swasta. Di seluruh dunia, kebutuhan para petani akan informasi untuk memastikan pemasaran yang efektif dan menguntungkan sejauh ini belum terpenuhi.

Berkurang atau berakhirnya subsidi untuk produksi

Dalam ekonomi yang direncanakan secara terpusat, petani dengan mudah diinstruksikan untuk memelihara ternak, menanam tanaman pakan ternak, menanam gandum atau kentang, dan lain-lain. Komoditi pertanian ini seringkali tidak sesuai dengan permintaan pasar. Lebih dari itu, usahatani tidak perlu khawatir untuk memasarkan hasil produksinya karena pembeli akhir atau pengolah hasil pertanian juga ditentukan oleh negara, yang juga mengatur transportasinya. Dengan berakhirnya perencanaan yang terpusat, baik usahatani besar maupun petani kecil perorangan yang mengambil alih usahatani pemerintah di beberapa negara harus merubah komoditi pertanian yang diusahakan sesuai dengan permintaan pasar. Untuk melakukan hal tersebut mereka memerlukan informasi pasar yang dapat dipercaya.

Di banyak negara Afrika, badan/lembaga pemasaran membayar harga yang sama di seluruh bagian negeranya yang berarti bahwa para petani di daerah yang terpencil menerima patokan harga tanpa memperhitungkan biaya

transportasi. Pada beberapa kasus biaya transportasi melebihi nilai hasil panen yang diangkut. Memahami liberalisasi pemasaran, banyak petani sekarang menyadari bahwa mereka tidak dapat bertahan lebih lama lagi untuk memproduksi bahan pangan pokok secara berlebihan dari sekedar memenuhi keperluan hidup. Mereka yang tinggal di daerah terpencil atau di ujung jalan yang buruk kondisinya harus mengubah pola tanamnya dan mengidentifikasi komoditi baru yang mempunyai nilai hasil yang lebih tinggi dibandingkan dengan beratnya, dan karenanya dapat menyerap biaya transportasi yang lebih tinggi.

Berkembangnya teknik budidaya

Dengan berkembangnya teknik budidaya, dan tersedianya benih varietas-varietas baru, para petani selain dapat menanam tanaman-tanaman baru yang sebelumnya tidak dapat mereka tanam, dapat pula melakukan kegiatan produksi "di luar musim". Perkembangan ini khususnya terjadi pada tanaman hortikultura. Dengan benih modern dan teknologi baru, para petani yang benar-benar berorientasi pasar dapat mempertimbangkan untuk memasok pasar pada waktu-waktu dalam tahun tersebut saat harga-harga tinggi. Untuk melaksanakan hal tersebut, bagaimanapun juga, mereka memerlukan informasi pasar agar :

- mengetahui kapan harga-harga di pasar mencapai tingkat tertinggi;
- dapat menghitung apakah makin tingginya harga akan dapat mengimbangi makin tingginya biaya produksi yang diperlukan.

Meningkatnya urbanisasi

Penduduk perkotaan meningkat dengan cepat di sebagian besar belahan bumi. Hal ini berarti bertambahnya proporsi penduduk dunia yang tidak memproduksi sendiri bahan pangan mereka. Setiap tahun, lebih dan lebih banyak lagi penduduk yang untuk mencukupi keperluan pangannya melalui pasar menjadi tergantung kepada semakin kecil proporsi petani. Para petani yang selama ini telah membudidayakan tanaman pangan khususnya untuk pasar dari hari ke hari menjadi semakin "komersial"; mereka yang sebelumnya hanya menjual kelebihan hasil panen yang dikonsumsi oleh keluarganya, sekarang menjadi berorientasi pasar. Makin besar kepercayaan para petani kepada pasar berarti makin besar resiko yang mereka hadapi jika terjadi sesuatu yang salah atau menyimpang. Untuk meminimalkan resiko tersebut, mereka perlu membuat keputusan mengenai besarnya produksi yang terinformasi dan untuk itu mereka perlu untuk memiliki sebanyak mungkin informasi.

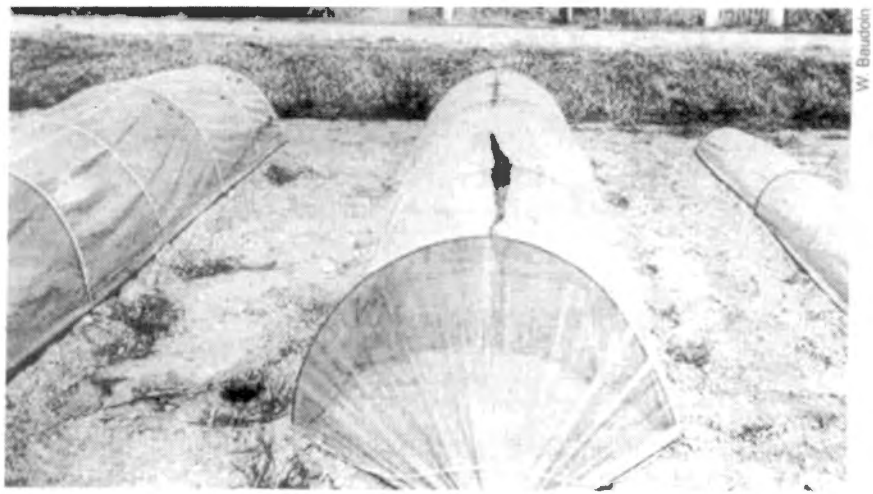
Budidaya berjenis-jenis tanaman


W. Baudoin

Para petani dapat memilih untuk menanam jenis tanaman baru yang memungkinkan mereka memperoleh pendapatan yang lebih baik.


H. Bammann

Produksi " di luar musim "


W. Baudoin

Para petani dapat memilih untuk memperpanjang masa panen dan membudidayakan tanam-tanaman sebelum atau sesudah


W. Baudoin

Meningkatnya perdagangan internasional untuk hasil-hasil pertanian yang bersifat mudah rusak

Ragam bahan pangan segar yang diperdagangkan secara internasional telah berkembang cepat pada abad-abad terakhir ini. Hal ini dimungkinkan oleh tersedianya kapasitas angkutan udara yang cepat dan sering. Para importir di pasar-pasar negara berkembang telah mengambil manfaat ini untuk:

- membuat hasil-hasil pertanian yang sebelumya hanya tersedia bagi konsumen selama satu musim saja dalam suatu negera menjadi tersedia sepanjang tahun;
- memasok hasil-hasil pertanian yang sebelumnya tidak dapat dipenuhi;
- memasok hasil-hasil pertanian yang diminta oleh pendatang atau oleh "suku bangsa" dalam suatu masyarakat.

Walaupun jumlah ekspor hasil-hasil pertanian yang bersifat mudah rusak, pada kebanyakan kasus, relatif kecil jika dibandingkan dengan total produksi suatu negara, namun mereka petani.

INFORMASI YANG DIPERLUKAN

Pada banyak kasus, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, kini para petani harus mengambil tanggung jawab yang lebih besar untuk memasarkan hasil produksi pertanian mereka. Pada saat yang sama, mereka juga mempunyai kesempatan untuk memasok hasil produksi pertanian yang lebih beragam. Untuk memutuskan apakah mencoba menjual hasil produksi tradisional mereka atau memasarkan produk baru, para petani perlu mempunyai informasi tentang pemasaran dan harga-harga. Jenis-jenis informasi yang diperlukan dapat diringkas sebagai berikut:

1. *Siapa dan dimana para pembeli*, bagaimana mereka dapat dihubungi, bagaimana kondisi usaha mereka, apa varietas, cara pengepakan dan pengiriman yang mereka sukai, dll.
2. *Harga-harga (dan penawaraan) saat ini, atau dalam waktu dekat,* yang membantu para petani untuk memutuskan apakah menjual hasil-hasil panennya pada hari tertentu atau menunggu dengan harapan harganya akan naik, atau yang membantu mereka untuk membuat keputusan jika harga yang ditawarkan oleh pedagang lokal cukup baik.
3. *Data harga jangka panjang, atau catatan harga* selama beberapa tahun lalu, yang membantu para petani untuk mengambil keputusan, sebagai contoh, apakah akan menguntungkan untuk mulai menanam jenis tanaman baru, menanam tanaman yang ada di luar musim atau mencoba menanam tanaman-tanaman dengan kualitas lebih tinggi.

Membantu petani untuk memperoleh informasi tentang bagaimana menjual dan kepada siapa menjual hanya akan secara ringkas dipertimbangkan dalam Buku ini[1]. Penekanan utama adalah kepada bagaimana para penyuluh dapat membimbing para petani untuk menggunakan informasi yang disediakan oleh layanan informasi pasar. Instansi/dinas penyuluhan secara tradisional telah berkonsentrasi hanya pada penyediaan bimbingan produksi bagi para petani. Namun bagaimanapun juga, karena petani menjadi lebih

berorientasi pasar, maka demikian pula hendaknya para penyuluh karena:

- penyuluhan pertanian seyogyanya bertujuan untuk membantu para petani memaksimalkan potensi produksi mereka dan, untuk selanjutnya pendapatan;
- apabila para petani tidak dapat menjual apa yang mereka produksi, maka semua bimbingan mengenai teknik budidaya akan menjadi sia-sia.

Catatan: Daftar kegiatan-kegiatan yang perlu diperiksa oleh para penyuluh terdapat pada halaman ... dan .....

Isi –isi pokok Bab 1

Menggunakan informasi pasar

Para petani dapat menggunakan informasi pasar untuk...

- ***Mengurangi resiko yang berhubungan dengan pemasaran***
  - *Mengetahui harga-harga membantu mereka memutuskan apakah pengiriman hasil-hasil panen mereka ke pasar merupakan sesuatu yang menguntungkan*
- ***Menentukan kemana menjual***
  - *Pada tingkatan mana dalam mata rantai pemasaran (contoh, di pasar pengumpul atau pasar induk)?*
  - *Di pasar yang mana?*
- ***Memeriksa harga-harga yang akan mereka terima***
  - *Apakah mereka melakukan negosiasi yang baik dengan para pedagangApakah kualitas hasil-hasil panen mereka sama seperti kualitas para petani lainnya?*
  - *Apakah agen mereka di pasar induk akan memberi harga yang baik kepada mereka?*
- ***Memutuskan apakah perlu menyimpan atau tidak***
  - *Para petani dapat menyimpan sebagian hasil panen mereka untuk beberapa bulan apabila mereka berpikir harga akan naik*

Apabila para petani mengirim hasil produksi mereka ke pasar yang jauh, mereka menanggung resiko bahwa harga tidak menutupi biaya pemasaran. Informasi pasar dapat membantu mencegah terjadinya situasi seperti ini.

- ***Memutuskan apakah menanam "di luar musim"***
  - *Teknik usahatani modern menawarkan peluang untuk melakukan pemanenan ketika harga–harga mencapai yang tertinggi*

Informasi pasar
dapat membantu para petani berunding dengan para pedagang.....
.....tetapi informasi ini harus yang mutakhir.

- ***Memutuskan apakah menanam tanaman lain***
  - *Para petani dapat menanam tanaman baru tetapi mereka perlu memperhitungkan apakah tanaman-tanaman itu akan menguntungkan*

Informasi pasar dapat membantu mengidentifikasi peluang-peluang produksi yang menguntungkan.

PENGGUNAAN INFORMASI PASAR

Sebagaimana telah dibahas pada Pendahuluan, informasi penting bagi para petani yang ingin berorientasi pasar sepenuhnya dan memastikan bahwa hasil produksi mereka telah sesuai dengan permintaan pasar. Dalam teori, tersedianya informasi pasar yang dapat dipercaya dapat membantu para petani untuk:

- mengurangi resiko yang berhubungan dengan pemasaran;
- menentukan kemana menjual hasil produksi;
- memeriksa apakah harga-harga yang mereka tawarkan telah sesuai dengan harga-harga pasar;
- memutuskan apakah menyimpan atau tidak;
- memutuskan apakah menanam "di luar musim";
- memutuskan apakah menanam tanaman-tanaman lain atau tidak.

Mengurangi resiko-resiko

Semua petani, dimana saja di dunia ini, menghadapi berbagai resiko. Mereka secara nyata menanggung resiko bahwa cuaca yang buruk akan merusak atau menghancurkan tanaman-tanaman mereka. Mereka juga menanggung resiko bahwa harga-harga pasar tidak akan cukup baik untuk membuat mereka untung. Lebih buruk dari tidak tertutupinya biaya produksi, para petani yang mengambil atau mengirim hasil produksi mereka ke pasar–pasar yang jauh dari lahan usahatani mereka, bahkan kadang-kadang menemukan kenyataan bahwa harga-harga yang mereka terima tidak cukup baik untuk menutup biaya pemasaran, seperti transportasi, penanganan pasca panen dan ongkos pasar (lihat Bab 5).

Sebagai contoh, para petani tomat mengeluarkan biaya produksi Rp 300.000,- per 100 kg dan biaya pemasaran Rp 150.000,- per 100 kg. Maka, jumlah biaya yang dikeluarkan seluruhnya adalah Rp 450.000,- :

- Jika harga pasar Rp 600.000,- per 100 kg mereka akan menutup baik biaya produksi maupun biaya pemasaran dan mendapat keuntungan. Mereka jelas akan mengirim tomat mereka ke pasar.
- Jika harga pasar Rp 300.000,- per 100 kg, mereka akan rugi. Namun demikian, mereka masih akan mengirim tomat mereka ke pasar karena mereka akan menutup biaya pemasaran dan paling tidak mereka memperoleh kembali sebagian biaya produksi.
- Jika harga pasar Rp 100.000,- per 100 kg para petani yang bijaksana tidak akan mengirim tomat mereka ke pasar bukan saja karena mereka akan menanggung rugi atas seluruh biaya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi namun juga sebagian biaya pemasaran. Dalam hal ini akan lebih baik untuk menunda panen sampai harga-harga meningkat (jika diasumsikan panen dapat ditunda). Pada situasi yang paling buruk, boleh jadi perlu untuk membiarkan tomat membusuk di lahan usahatani.

CATATAN: Tanda Rp. yang digunakan dalam seluruh naskah Buku ini merujuk kepada uang secara umum, dan tidak merujuk kepada mata uang nasional suatu negara tertentu.

Informasi tentang harga-harga pasar dan jumlah pasokan ke pasar-pasar dapat mengurangi resiko. Tentu saja, informasi yang baik tidak dapat menghilangkan semua resiko karena harga-harga musiman untuk hasil pertanian yang bersifat mudah rusak dapat berfluktuasi secara cepat dan nyata, tergantung kepada seberapa banyak produksi yang tiba di suatu pasar pada suatu hari tertentu. Akan tetapi memiliki sebagian informasi jelas lebih baik daripada tidak sama sekali.

Tersedianya informasi mengenai catatan harga sebelumnya dapat juga membantu mengurangi resiko. Sebagai contoh, catatan harga ini dapat mengurangi resiko yang berhubungan dengan keputusan untuk menyimpan hasil panen untuk dijual kemudian pada tahun tersebut atau untuk menanam tanaman-tanaman baru. Butir-butir mengenai hal tersebut selanjutnya akan dibahas pada Bab ini.

Memutuskan kemana menjual

Hal yang penting adalah bahwa petani harus mampu untuk menjual hasil-hasil pertanian mereka di tempat yang nyaman. Pada beberapa kasus para petani mempunyai beberapa pilihan. Mereka dapat:

- menjual di lahan usahatani;
- mengirim ke pasar pengumpul lokal;
- memasok langsung ke pasar induk;
- menjual langsung kepada pengecer perorangan atau perusahaan-perusahaan besar yang mempunyai toko-toko eceran atau supermarket-supermarket;
- menjual kepada perusahaan-perusahaan yang telah membuat kesepakatan atau "kontrak" dengan para petani untuk membeli hasil panen mereka;
- menjual langsung kepada konsumen di perkotaan.

Makin jauh mata rantai pemasaran yang dicapai oleh para petani, makin tinggi pula harga yang secara normal akan mereka peroleh. Namun demikian, suatu harga jual yang tinggi tidak berarti bahwa para petani akan memaksimalkan pendapatan mereka. Hal ini tergantung kepada berapa besar biaya yang dikeluarkan oleh para petani ketika mereka memutuskan untuk menjual pada mata rantai yang lebih dekat kepada konsumen terakhir. Jauh akan lebih mahal bagi seorang petani untuk mengirim sejumlah kecil produknya dalam jarak jauh dibandingkan dengan seorang pedagang yang mengirim sejumlah besar produknya dalam jarak yang sama.

Kotak 1.
Pengaruh informasi pasar di Albania *

Pada bulan Agustus 1994 Dinas/Lembaga informasi pasar yang baru di Albania mulai mengumpulkan harga-harga pasar eceran dari pasar-pasar terkemuka pada hari pasaran utama, yaitu hari Sabtu.

Sebagai hasil dari Dinas/Lembaga baru ini, secara cepat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara harga-harga untuk hasil panen yang sama pada beberapa pasar, walaupun pasar-pasar tersebut dekat satu sama lainnya, kira-kira 15 kilometer. Kadang kala, harga-harga pada satu pasar hampir dua kali lipat dari harga-harga di pasar-pasar terdekat. Hal ini disebabkan oleh kondisi jalan yang buruk pada waktu itu dan saluran telepon yang hampir tidak ada, sehingga para petani lebih suka memasok pasar terdekat dari lahan usahatani mereka dan tidak dapat menghubungi pasar-pasar lain untuk mempelajari (membandingkan) harga-haga.

Setelah informasi tentang perbedaan harga pasar dapat diketahui sebagai hasil Dinas/Lembaga ini, para petani yang lebih dinamis mulai mengirim hasil panen mereka ke pasar-pasar yang lebih jauh, walaupun kondisi jalan-jalan buruk

* C. Grace pers. comm

JENIS-JENIS PASAR

Pasar pengumpul adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan para pedagang tempat para petani menjual hasil-hasil produksi mereka, yang kemudian akan membawanya ke pasar induk. Akan lebih efisien bagi para pedagang untuk membeli dari para petani pada satu atau dua tempat dari pada mendatangi setiap petani secara perorangan. Dalam kenyataannya, jika kondisi jalan buruk banyak petani tidak dapat didatangi dengan kendaraan truk. Terdapat berbagai macam bentuk pasar-pasar pengumpul: pada beberapa kasus hanya berupa areal kecil tempat para petani dan para pedagang berkumpul untuk beberapa jam secara teratur maupun tidak teratur, pada kasus-kasus lain dapat berupa pasar mingguan atau dua kali per minggu. Biasanya, pasar-pasar pengumpul berada di pedesaan tetapi pasar-pasar pengumpul yang permanen sering dapat ditemukan di kota-kota kecil dekat wilayah usahatani. Pada kasus ini, pasar-pasar tersebut juga berfungsi sebagai pasar induk lokal dan mungkin sekaligus merupakan pasar-pasar eceran setempat.

Pasar induk paling tepat dapat digambarkan sebagai tempat pedagang pengecer dan pengusaha membeli hasil-hasil produksi yang dipasok oleh para petani. Pengiriman ke pasar-pasar induk dapat dilakukan oleh para petani sendiri atau oleh para pedagang yang membeli dari para petani atau mungkin membeli dari pihak lain, yaitu dari para pedagang kecil. Walaupun di beberapa negara orang yang mengirim hasil-hasil produksi langsung ke pasar induk bertanggung jawab untuk menjualnya kepada para pengecer, namun pada banyak kasus pedagang di pasar induk akan mengambil kiriman dari

para petani atau para pedagang dan kemudian menjualnya kepada para pengecer.

Pasar-pasar induk melaksanakan fungsi-fungsi penting karena:

- para petani dan pedagang dapat mengirim hasil-hasil produksi mereka ke satu lokasi daripada harus mengunjungi banyak pengecer;
- para pengecer dapat membeli beragam hasil produksi pada satu tempat;
- perdagangan sejumlah besar hasil-hasil produksi di satu tempat memungkinkan berkembangnya harga-harga pasar yang mencerminkan penawaran dan permintaan. Hal ini tidak dimungkinkan bila para pedagang secara perorangan menjual kepada para pengecer perorangan dan harga-harga akan berbeda-beda secara nyata di seluruh kota kecil atau kota besar.

Pasar pengecer adalah pasar tempat para konsumen membeli apa yang dipasok oleh para petani. Istilah "konsumen" termasuk keluarga-keluarga dan perorangan-perorangan juga pengusaha-pengusaha kecil seperti restoran-restoran dan penjaja makanan di pinggir jalan (pengusaha-pengusaha besar mungkin membeli di pasar induk, atau bahkan langsung dari petani). Orang yang menjual di pasar-pasar pengecer biasanya pengecer-pengecer ahli yang khusus membeli hasil-hasil produksi langsung dari para petani atau para petani itu sendiri. Tentu saja, pasar-pasar formal hanya bertanggungjawab terhadap sebagian kecil dari penjualan eceran, yang seringkali memberikan beragam pilihan kepada konsumen pada berbagai tempat berbelanja, mulai dari supermarket-supermarket yang canggih, toko-toko eceran kecil sampai para pengecer yang menjual dari kendaraan truk, sepeda atau di pinggir-pinggir jalan.

Para petani dapat menjual di lahan usahatani ...
....tetapi apabila mereka dapat membawa hasil produksi mereka ke **pasar pengumpul** mungkin akan lebih menguntungkan

MAKIN JAUH MATA RANTAI PEMASARAN YANG DITUJU MAKIN TINGGI HARGA YANG SECARA NORMAL AKAN DIPEROLEH ...
.....TETAPI BIAYA-BIAYA DAPAT BERGERAK MAKIN TINGGI MELEBIHI HARGA-HARGA

PASAR PENGUMPUL
....tempat para petani pergi untuk menjual hasil produksi mereka kepada para pedagang

PASAR INDUK
...tempat para pedagang dan pengusaha membeli pasokan dari para petani

PASAR PENGECER
...tempat konsumen membeli pasokan dari para petani

Lebih efektif bagi para pedagang untuk membeli dari para petani pada suatu tempat, daripada mengunjungi setiap petani secara individual

Perdagangan dalam jumlah yang besar pada suatu tempat memungkinkan perkembangan harga-harga yang mencerminkan penawaran dan permintaan

Pedagang pengecer menjual kepada konsumen dan juga pengusaha kecil

Para petani dapat jual langsung ke **pasar induk**

....atau mereka dapat memutuskan untuk menjual langsung kepada konsumen di **pasar eceran**

Pilihan lain untuk para petani....
.....menjual hasil produksi mereka ke pada perusahaan-perusahaan tempat mereka membuat **kontrak kerja sama**....
...menjual langsung kepada perusahaan- perusahaan pengolah hasil-hasil pertanian

Demikian pula halnya, penjualan langsung kepada para konsumen adalah mahal dilihat dari segi waktu yang dikorbankan oleh petani. Duduk menunggu di suatu pasar sepanjang hari mungkin akan memberi mereka harga-harga yang lebih tinggi tetapi mungkin saja mereka dapat menghabiskan waktu secara lebih berguna dengan bekerja di kebun-kebun mereka. Tersedianya informasi tentang keadaan-keadaan pasar di beberapa tempat yang berbeda di atau di tempat–tempat yang berbeda dalam mata rantai pemasaran diperlukan untuk memilih tempat untuk memasarkan, karena hal ini berkaitan dengan penghitungan biaya pemasaran (lihat Bab 5).

Memeriksa harga-harga yang diterima

Dengan informasi yang baik para petani dapat membandingkan harga-harga yang mereka terima dengan tingkat harga-harga secara umum di pasar. Hal ini merupakan kasus di Indonesia, yang menyiarkan harga-harga pasar untuk hasil-hasil produksi hortikultura setiap hari untuk semua daerah produksi utama. Jika para petani menerima harga lebih rendah daripada yang disiarkan, mereka dapat, misalnya, memutuskan bahwa mereka harus mencari pedagang-pedagang lain di masa yang akan datang, bernegosiasi secara lebih ulet lagi atau mencoba untuk memperbaiki kualitas dan penyajian hasil-hasil produksi mereka. Siaran harga-harga pasar di Indonesia juga digunakan oleh para petani sebagai titik awal dalam melakukan tawar-menawar dengan para pedagang pada hari berikutnya.

Pemeriksaan harga-harga sangat penting bagi para petani yang mengirim hasil-hasil pertanian mereka kepada agen-agen atau pedagang besar di pasar-pasar induk dengan cara "konsinyasi". Para petani tidak mempunyai pengetahuan lebih dahulu mengenai harga-harga yang mereka akan terima dan tergantung kepada para agen untuk mendapatkan harga yang terbaik bagi mereka. Pengaturan semacam ini mensyaratkan kepercayaan para petani kepada agen-agen mereka untuk memperoleh harga terbaik yang memungkinkan. Walaupun kepercayaan itu ada, masih tetap bermanfaat jika para petani dapat membandingkan harga-harga yang mereka terima dengan harga-harga pasar yang dilaporkan.

Memutuskan apakah menyimpan atau tidak

Para petani yang menanam tanaman-tanaman yang bersifat mudah rusak, jelas mempunyai pilihan yang relatif lebih sedikit mengenai kapan menjual hasil panen mereka. Mereka mungkin dapat mempercepat atau memperlambat panen beberapa hari, tetapi, pada dasarnya mereka harus menjual hasil panen mereka apabila telah masak. Pada sisi lain, para petani yang memproduksi tanaman biji-bijian seperti jagung dan padi, atau tanaman-tanaman seperti bawang, kentang dan apel, mungkin dapat menyimpan hasil panen mereka dengan harapan meningkat harganya di kemudian hari, namun dengan selalu mengasumsikan bahwa mereka mempunyai tempat penyimpanan yang memadai.

Jika suatu dinas/lembaga informasi pasar pemerintah telah berfungsi selama beberapa tahun, maka seharusnya ia dapat menyediakan data tentang kecenderungan harga musiman. Dari kecenderungan harga ini, para petani dibimbing oleh para penyuluh, dapat mengembangkan gagasan tentang pola harga-harga musiman. Kendati demikian, pola yang pasti pada tahun apa pun tergantung pada besarnya panen.

Apabila panen baik harga-harga boleh jadi tidak banyak naik sepanjang tahun dan penyimpanan mungkin tidak terlalu menguntungkan. Di sisi lain, jika panen gagal, harga-harga dapat naik banyak dan para petani yang menyimpan produknya boleh jadi melakukan hal yang tepat. Bab 8 memberi contoh-contoh tentang bagaimana menghitung perkiraan keuntungan dari penyimpanan.

Hasil pertanian yang dapat disimpan mungkin dapat mencapai dengan harga lebih yang baik di kemudian hari

Jagung-Zambia

Padi-Myanmar

Kentang-Ecuador

Bawang putih-Honduras

Memutuskan apakah menanam "di luar musim"

Manfaat selanjutnya dari pemilikan data historis mengenai kecenderungan harga musim-musim sebelumnya adalah bahwa petani dapat membuat keputusan yang terinformasi tentang kapan menanam. Pada masa lalu, banyak petani menghadapi masalah yaitu ketika tanaman musiman mereka siap panen demikian juga tanaman-tanaman sebagian besar petani lain. Sebagai akibatnya mereka harus menerima harga-harga yang rendah. Namun demikian, pada saat ini dengan teknik usahatani yang modern dan varietas baru seringkali mungkin untuk memperpanjang musim panen dan menanam sebelum atau setelah sebagian besar petani lain menanam.

Data harga musiman akan memberikan gagasan yang baik kepada para petani tentang harga-harga yang kiranya dapat mereka terima dari produksi di luar musim. Walaupun begitu, kenyataan bahwa mereka hampir pasti menerima harga-harga yang lebih tinggi tidak berarti mereka harus segera merencanakan produksi di luar musim. Apabila segala sesuatunya semudah itu tentu semua petani akan melakukannya. Produksi di luar musim secara umum memerlukan investasi biaya yang tinggi (sebagai contoh untuk saluran air dari plastik); biaya produksi yang lebih tinggi (sebagai contoh bahan kimia untuk pengendalian hama) dan dapat menyebabkan hasil panen yang lebih sedikit. Oleh karena itu para penyuluh perlu membantu para petani untuk menghitung berapa kiranya biaya produksi dan mengkaitkannya dengan harga-harga jual yang diharapkan.

Memutuskan apakah menanam tanaman-tanaman lain

Apabila tanaman-tanaman baru dapat meningkatkan pendapatan mereka, para petani seringkali giat mencoba untuk menanamnya. Pada beberapa kasus perubahan kebijaksanaan pemerintah telah menyebabkan hampir pentingnya sebagian petani pada saat ini melakukan diversifikasi tanaman-tanaman baru. Sebagai contoh, di Afrika penutupan badan-badan pemasaran yang sebelumnya seringkali menjamin berlakunya harga beli yang seragam di seluruh negara, dapat berarti bahwa para petani yang tinggal di daerah dengan biaya pemasaran yang tinggi menemukan bahwa perolehan hasil panen seperti jagung tidak logis lagi untuk menutup biaya. Para petani tersebut, dengan bantuan

dari para penyuluh perlu untuk mampu menghitung apakah menanam tanaman lain boleh jadi lebih menguntungkan. Informasi tentang harga-harga pasar sebelumnya penting bagi mereka untuk membuat keputusan-keputusan semacam itu.

Dalam kasus-kasus lain para petani dapat mempertimbangkan untuk melakukan diversifikasi tanaman-tanaman baru untuk mengambil manfaat dari peluang-peluang pasar. Di Nepal, sebagai contoh, adanya beberapa iklim mikro di daerah pegunungan berarti bahwa tanaman yang sebelumnya dianggap sebagai tanaman musiman, pada kenyataannya, dapat ditanam di suatu tempat atau tempat lainnya untuk hampir sepanjang tahun. Bekerjasama secara erat dengan Pemerintah Nepal, suatu proyek FAO mengidentifikasi peluang-peluang pasar untuk berbagai tanaman dan mengkaitkannya dengan kemampuan berbagai daerah dalam memenuhi permintaan pada berbagai waktu sepanjang tahun, menggunakan varietas baru yang tepatguna.

2 Memperoleh informasi pasar

Isi-isi pokok Bab 2

Memperoleh informasi pasar

Sumber-sumber informasi pasar yang memungkinkan ...

- ***Layanan informasi pasar yang dilakukan oleh pemerintah:***
    - *Bersifat independen dan karenanya cenderung tidak bias*
    - *Menawarkan informasi yang bersifat tahunan*
    - *Menyediakan informasi yang dapat digunakan untuk membantu para petani untuk memperoleh harga-harga yang lebih baik dan merencanakan produksi, misalnya apa yang ditanaman atau kapan produksi "di luar musim" dapat menguntungkan, namun.....*
    - *Tidak selalu menjangkau para petani kecil*
    - *Boleh jadi informasi kurang mutakhir atau penyediaannya terlambat*
    - *Boleh jadi tidak terlalu akurat*
    - *Menyediakan sedikit analisa*

Layanan informasi pasar oleh pemerintah tidak selalu mutakhir

Para petani juga tidak selalu merupakan sumber informasi yang paling dipercaya

- ***Para Pedagang***
  - *Seringkali memiliki informasi yang mutakhir, tetapi.....*
  - *Berkeinginan untuk membeli hasil-hasil produksi semurah mungkin*
- ***Para petani lain***
  - *Dapat menjadi sumber informasi penting mengenai pasar lokal, tetapi.....*
  - *Boleh jadi tidak memiliki gagasan yang akurat mengenai harga-harga yang mereka terima*
  - *Boleh jadi melebih-lebihkan harga-harga yang mereka terima*
- ***Sumber-sumber lain, termasuk.....***
  - *Papan-papan pengumuman di pasar-pasar*
  - *Para petugas penyuluh*
  - *Lembaga non-pemerintah (lembaga swadaya masyarakat)*
  - *Pengolah produk pertanian*

SUMBER-SUMBER INFORMASI PASAR

Pada banyak negara berkembang dan negara-negara dalam transisi, *layanan informasi pasar* (LIP) yang diselenggarakan oleh pemerintah mungkin bukan satu-satunya sumber informasi pasar bagi para petani. Beberapa negara masih

belum memiliki layanan semacam itu dan, bila LIP beroperasi, mereka seringkali menyediakan informasi yang tidak cukup. Para petani kecil seringkali lebih bergantung kepada informasi dari mulut ke mulut dari para petani lain atau dari para pedagang. Dengan membaiknya telekomunikasi secara cepat, banyak petani yang lebih besar mulai mencari informasi melalui telepon secara langsung dari pasar-pasar utama.

Kotak 2

Layanan informasi pasar- Suatu definisi

FAO mendefinisikan LIP sebagai layanan, biasanya dioperasikan oleh sektor publik, yang melibatkan kegiatan pengumpulan informasi secara reguler tentang harga-harga dan, dan pada beberapa kasus, jumlah produk pertanian yang diperdagangkan secara luas, dari pasar-pasar pengumpul di pedesaan, pasar-pasar induk dan pasar-pasar eceran, secara tepat, dan menyebarkan informasi ini secara reguler dan tepat waktu melalui berbagai media kepada para petani, pedagang, petugas pemerintah, pengambil keputusan dan pihak-pihak lainnya.

A. Schalk

Sebuah papan pengumuman informasi pasar yang mutahir dapat sangat membantu para petani

Anon

Para petani lain dapat merupakan sumber informasi pasar yang penting, khususnya tentang pasar-pasar lokal

Anon

Seringkali sumber informasi terbaik bagi para petani adalah para penyuluh

Anon

Para petani modern tetap berhubungan secara tetap dengan para pembeli - bahkan ketika di lapangan

Layanan informasi pasar yang diselenggarakan oleh pemerintah

Kekuatan-kekuatan utama LIP yang dioperasikan oleh pemerintah adalah bersifat bebas (independen) dan kiranya tidak akan dengan sengaja memberi informasi yang bias; hal-hal yang tidak terjadi pada para pedagang atau, tentu saja, para petani lain. Kekuatan-kekuatan lain adalah, atau paling sedikit seharusnya, bahwa mereka mampu untuk menyusun informasi tentang kecenderungan harga selama bertahun-tahun. Sebagaimana diketahui, informasi ini dapat digunakan untuk membuat keputusan-keputusan tentang apa yang ditanam dan tentang produksi di luar musim. Informasi yang disediakan oleh para petani atau para pedagang, pada sisi yang lain, hampir selalu dilakukan dari mulut ke mulut dan terlupakan dalam beberapa hari saja.

Kebanyakan pemerintah menyadari pentingnya layanan informasi pasar dan berupaya untuk menyediakan sedikitnya pelayanan dasar. Hal ini dilakukan dengan tujuan:

- Menciptakan keterbukaan ("transparansi") sehingga setiap orang yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran mengetahui harga-harga pasar;
- Mengurangi kemungkinan kekurangan di tingkat lokal atau regional karena para pedagang dapat bertindak untuk menanggapi informasi harga tersebut dengan memasok daerah yang kekurangan;
- Menempatkan para petani dalam posisi dan kemampuan yang lebih baik dalam melakukan tawar-menawar dengan para pedagang;

- Memberi indikasi kepada para petani mengenai peluang produksi yang mungkin dilakukan secara menguntungkan;
- Memperbaiki perumusan kebijakan melalui penyediaan informasi yang lebih baik.

Kotak 3

Masalah-masalah umum yang dihadapi oleh layanan informasi pasar

- mereka seringkali memberi banyak perhatian untuk mengumpulkan sejumlah besar informasi namun sangat lemah dalam membuat informasi tersebut tersedia bagi para petani;
- mereka kurang memberi perhatian terhadap kualitas data yang dikumpulkan, sehingga data dapat lemah dan tidak mencerminkan harga-harga pasar yang berlaku sekarang secara akurat;
- mereka jarang-jarang mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai harga-harga. Harga produk-produk hortikultura di pasar-pasar utama secara tetap berubah, namun LIP boleh jadi hanya mengumpulkan informasi mingguan atau bahkan dua mingguan. Walaupun informasi ini dapat digunakan untuk keperluan perencanaan jangka panjang, namun informasi tersebut sesungguhnya tidak membantu petani untuk bernegosiasi dengan para pedagang atau untuk menentukan apakah mengirim produk ke pasar atau tidak;
- mereka menerbitkan informasi dalam bentuk yang tidak sesuai untuk beberapa petani. Beberapa LIP menerbitkan harga-harga pasar di surat-surat kabar namun tidak menyiarkannya di radio. Pada beberapa
- negara surat-surat kabar hanya menjangkau daerah pedesaan dengan sangat lambat: pada banyak negara lainnya petani dalam proporsi jumlah yang tinggi tidak bisa membaca;
- mereka menyiarkan informasi di radio, namun dalam bahasa yang salah dan pada waktu siaran yang tidak tepat bagi petani untuk mendengarkannya;
- mereka membangun papan pengumuman di desa-desa atau pasar-pasar untuk menginformasikan harga-harga kepada petani, namun kemudian lupa untuk memutakhirkan informasi pada papan pengumuman tersebut, sampai akhirnya papan itu gagal atau tidak berfungsi. Alternatif lain, mereka meninggalkan harga-harga pada papan pengumuman tanpa tanggal, sehingga para petani tidak mengetahui kapan harga-harga tersebut berlaku;
- mereka melaporkan harga-harga produk tertentu tanpa kejelasan harga-harga tersebut berlaku untuk varietas yang mana;
- jika unit volume digunakan sebagai ukuran (misalnya kotak, kaleng atau karung) mereka melaporkan harga-harga untuk satuan ukuran-ukuran tersebut, tanpa menyadari bahwa ukuran-ukuran kontainer tersebut seringkali bervariasi dalam suatu negara.
- mereka mengkonversi harga-harga kepada satuan berat yang standar (biasanya kilogram) yang, pada

beberapa negara, petani tidak memahaminya;

- mereka melaporkan mengenai harga-harga yang berlaku di pasar-pasar perkotaan, tetapi para petani tidak memahami apa makna harga-harga itu bagi mereka;
- mereka melengkapi petani dengan harga-harga tetapi tanpa analisa kecenderungan dan jarang menyediakan informasi tentang jumlah pasokan atau informasi komersial penting lainnya (misalnya mengenai jalan-jalan yang di blokir) yang dapat mempengaruhi pasokan.

Layanan informasi pasar memiliki beragam cara untuk memperoleh informasi bagi para pengguna. Radio dan, jika memungkinkan, televisi merupakan bentuk komunikasi terbaik karena memberi kesempatan kepada para petani untuk mempelajari secara cepat tentang perubahan harga, namun banyak LIP menghadapi masalah-masalah dalam membiayai siaran semacam itu. Surat-surat kabar nasional dan lokal juga digunakan. Beberapa LIP menerbitkan buletin dan mendistribusikannya melalui pos, baik dengan cuma-cuma maupun dengan mengutip biaya, namun sirkulasi buletin tersebut biasanya terbatas dan terlambat. Dinas/Lembaga penyuluhan seringkali menerbitkan LIP, baik dengan menyediakan buletin kepada petani atau dengan mereproduksi informasi pada papan-papan pengumuman. Pada tingkat yang lebih canggih, beberapa negara dewasa ini menyediakan informasi melalui internet. Beberapa negara lain melnggunakan layanan penayangan naskah di televisi ("teletext"), jika layanan tersebut tersedia di stasiun televisi lokal.

Rekomendasi-rekomendasi yang diberikan melalui Buku Petunjuk ini mengasumsikan bahwa para petani dan petugas penyuluh memiliki layanan informasi pasar di negara mereka. Kendati demikian, penting bagi para petugas penyuluh untuk menyadari keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi oleh banyak LIP dan memperhitungkannya pada saat membantu para petani menafsirkan dan menggunakan informasi harga. Masalah-masalah yang dapat dihadapi oleh LIP terdaftar pada Kotak 3.

Berita radio tidak selalu disiarkan pada waktu yang paling tepat bagi para petani

Pada banyak negara LIP melakukan pekerjaannya dengan baik, dan pada beberapa negara yang lain mereka sedang bekerja keras untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi. Kebanyakan LIP menderita kekurangan dana untuk dapat melakukan fungsinya dengan baik. Namun demikian, tampaknya ada beberapa alternatif bagi badan-badan pemerintah yang menyediakan informasi pasar. Tidak realistis mengharapkan para petani kecil untuk membayar informasi dan, bagaimana pun menarik pembayaran dari mereka, merupakan suatu hal yang hampir tidak mungkin. Ada beberapa layanan informasi pasar yang dioperasikan dengan sistem swasta namun dikonsentrasikan pada penjualan informasi kepada para petani besar, begitu juga kepada para pedagang dan pengolah. LIP yang lain mencoba untuk menjual informasi yang rinci kepada para petani yang lebih besar, namun membuat informasi yang lebih sederhana tersedia bagi semua.

Para pedagang

Jika para petani membawa hasil-hasil pertanian mereka secara langsung ke pasar-pasar perkotaan atau melakukan "konsinyasi" ke agen-agen di pasar-pasar tersebut, maka para agen atau pedagang di pasar-pasar itu merupakan sumber informasi utama dan informasi ini benar-benar mutakhir. Beberapa petani mungkin dapat lebih dahulu menelpon untuk mengetahui harga-harga sebelum mereka pergi ke pasar atau mengirim hasil-hasil pertanian mereka. Semua petani dapat, pada saat tiba di pasar, mengecek para petani lain tentang harga-harga yang berlaku pada saat itu (sebagaimana catatan di bawah ini, bagaimana pun, hal ini tidak selalu menghasilkan informasi yang dapat dipercaya). Seringkali, para petani berhubungan dengan agen pedagang besar atau pedagang

yang sama untuk beberapa tahun dan telah menjadi tergantung kepada pedagang besar untuk menyediakan informasi yang akurat. Kendati demikian, akan bermanfaat bagi para petani untuk kadang-kadang melakukan pengecekan kepada para pedagang atau petani lain untuk meyakinkan bahwa pedagang besar mitra usahanya tersebut benar-benar jujur.

Informasi yang tersedia bagi para pedagang desa tentang harga-harga di perkotaan hampir pasti lebih mutakhir daripada yang disediakan oleh layanan informasi pasar. Hal ini bukan saja disebabkan para pedagang secara reguler mengunjungi pasar-pasar ini sehingga mengetahui harga-harga untuk mereka, namun karena mereka juga belajar tentang keadaan pasar dari para pedagang lain. Dalam perkembangannya, kini para pedagang melakukan kontak langsung dengan pasar-pasar melalui telepon standar atau telepon genggam, bila tersedia.

Jelas, para pedagang ingin membuat keuntungan. Salah satu caranya adalah dengan menyakinkan bahwa terdapat perbedaan besar antara harga yang mereka bayarkan kepada para petani dengan harga yang mereka peroleh ketika menjual hasil-hasil pertanian. Perbedaan harga ini tentu saja harus menutup semua biaya pemasaran mereka. Mereka mungkin akan melakukan negosiasi dengan para petani dengan cara menegaskan bahwa harga-harga di pasar-pasar perkotaan lebih rendah daripada yang sebenarnya. Walaupun suatu negara memiliki informasi pasar yang baik yang menyediakan informasi harian, para pedagang masih saja dapat berargumentasi bahwa sumber-sumber informasi mereka lebih mutakhir daripada yang disediakan oleh LIP. Para petani yang boleh jadi tidak mampu membeli radio, begitu juga telepon genggam, tidak berada dalam posisi untuk mampu membantah.

Kendati demikian, jika terdapat banyak pedagang, peluang bagi pedagang secara perorangan untuk mendorong turunnya harga adalah terbatas. Jika perbedaan antara harga beli dan harga jual terlalu tinggi, para pedagang lain akan melihat peluang untuk meningkatkan keuntungan, bukan dengan cara membayar lebih murah lagi, namun dengan melakukan pembelian lebih banyak.

Jadi, jika terjadi kompetisi antarpedagang terbuka peluang bagi para petani untuk meningkatkan harga-harga yang dibayarkan pada mereka. Meskipun begitu, para petani masih tetap membutuhkan informasi yang tidak bias, sehingga mereka dapat bernegosiasi dalam posisi yang lebih kuat. Walaupun LIP boleh jadi tidak mampu menyediakan informasi yang cukup mutakhir yang diperlukan oleh petani untuk melakukan negosiasi harian, namun informasi yang disediakan setidak-tidaknya harus memungkinkan para petani untuk mengetahhui bagaimana kecenderungan harga yang terjadi. Jika, misalnya, para pedagang mitra usaha petani menawarkan harga yang sama seperti sebelumnya namun laporan harga terakhir dari LIP menunjukkan bahwa harga-harga telah naik, maka petani harus berada pada posisi yang kuat untuk mendesak.

Para petani lain

Para petani lain dapat menjadi sumber informasi pasar yang penting, khususnya yang berkaitan dengan pasar-pasar lokal. Pada saat yang bersamaan, tidak harus diasumsikan bahwa

informasi dari para petani selalu dapat dipercaya. Alasan-alasan untuk hal ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

- para petani akan mengingat total harga yang mereka terima, namun boleh jadi tidak mengetahui secara tepat berat produk yang terjual (khususnya bila mereka menggunakan kontainer yang tidak standar), dan karenanya tidak mampu menyediakan informasi yang dapat dipercaya tentang harga per kilogram;
- para petani cenderung untuk melebih-lebihkan harga yang mereka terima. Mereka boleh jadi menginginkan agar petani lain berpikir bahwa mereka (1) sangat baik dalam bernegosiasi dengan para pedagang atau (2) produsen hasil-hasil pertanian dengan kualitas top dengan harga-harga terbaik.

Sumber-sumber informasi lain

Beberapa sumber-sumber ini dijelaskan secara singkat di bawah ini.

Papan pengumuman di pasar-pasar. Kadang-kadang pasar mengumpulkan harga-harga, baik secara bersama-sama atau secara independen (sendiri-sendiri) dari layanan informasi pasar, dan memperlihatkannya pada papan-papan pengumuman di pasar-pasar. Jelas, informasi ini hanya bermanfaat bagi para petani yang mengunjungi pasar-pasar tersebut namun kurang bermanfaat bagi para petani yang lebih suka untuk menjual langsung di lahan usahataninya. Kendati demikian, para manajer pasar harus didorong untuk mengumpulkan harga-harga pasar jika memungkinkan dan membuat informasi ini tersedia bagi para petani.

Petugas penyuluh. Sumber informasi potensial terbaik bagi kebanyakan petani adalah para petugas penyuluh. Sebagaimana akan dijelaskan kemudian pada Buku Petunjuk ini, seorang penyuluh yang baik harus mampu mengidentifikasi para pembeli lokal dari beragam hasil panen dan mencari tahu harga-harga yang mereka bayarkan dan persyaratan-persyaratannya. Jika dinas/lembaga penyuluhan memiliki ahli-ahli pemasaran di kantor pusatnya, maka petugas penyuluh dapat menghubungi mereka guna memperoleh informasi tentang pasar-pasar yang jauh. Dalam jangka panjang, para petugas penyuluh dapat membuat catatan harga-harga yang dilaporkan oleh LIP dan menuangkannya dalam grafik-grafik, sehingga para petani dapat mengunjungi mereka dan melihat terjadinya fluktuasi musiman. Dalam jangka pendek, para petugas penyuluh dapat membantu petani memahami siaran LIP, dan tujuan utama Buku Petunjuk ini adalah untuk membantu mereka melakukan hal tersebut.

LSM (Lembaga swadaya masyarakat). LSM atau lembaga non-pemerintah seringkali terlibat dalam kegiatan perbaikan pemasaran. Walaupun begitu, organi sasi ini seringkali hanya menjangkau para petani dalam proporsi yang kecil. Demikian pula, LSM, seperti halnya kantor-kantor pemerintah, kadang kala terpengaruh oleh gagasan untuk mendorong produksi tanpa memberi perhatian yang cukup kepada pemasaran hasilnya. Kendati begitu, LSM dapat melaksanakan banyak kegiatan yang diidentifikasi dapat dilakukan oleh petugas lapangan dalam Buku Petunjuk ini (lihat halaman.....dan.....)

Pengolah produk pertanian. Untuk hasil-hasil panen yang tidak dijual di pasar, tempat penjualan utama mereka adalah perusahaan-perusahaan agribisnis. Perusahaan-perusahaan ini biasanya menyediakan informasi mengenai harga-harga beli mereka berdasarkan permintaan (melalui orang atau telepon) dan seringkali menempatkan papan-papan pengumuman di perusahaan-perusahaan ini untuk merinci harga-harga tersebut.

3 Mengapa harga-harga berubah

Isi –isi pokok Bab 3

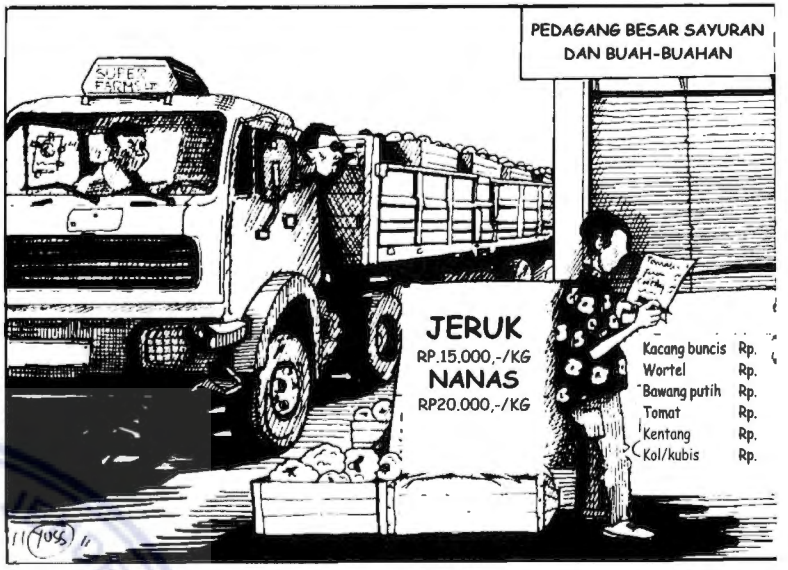
Mengapa harga-harga berubah

Secara keseluruhan, harga-harga tergantung kepada.....

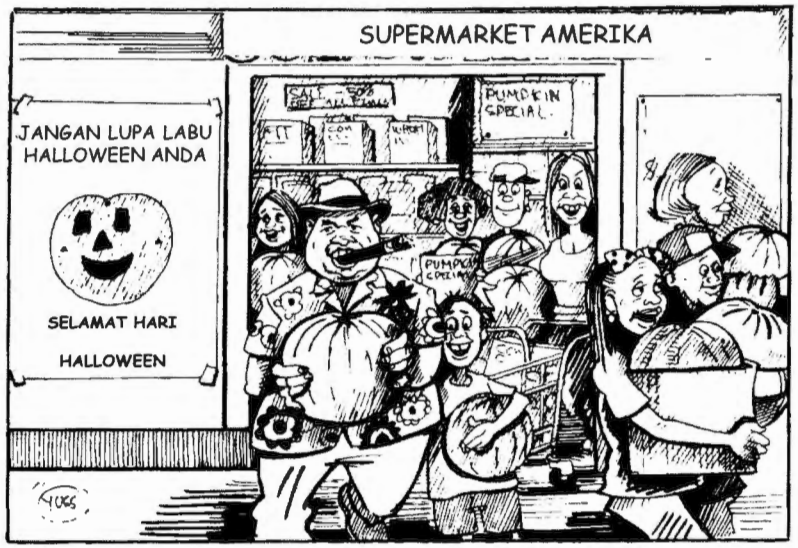
Penawaran (pasokan), *atau apa yang masyarakat mampu dan siap jual pada harga tertentu*
Permintaan, *atau apa yang masyarakat siap beli pada harga tertentu*

Fluktuasi harga jangka pendek dapat disebabkan oleh....

- *Berapa besar produk yang sedang dijual pada suatu hari*
- *Perubahan permintaan jangka pendek*
- *Ketersediaan produk-produk pesaing*



Harga-harga dapat berfluktuasi besar dalam menghadapi perubahan pasokan yang mendadak.



Pada waktu-waktu tertentu dalam suatu tahun permintaan untuk hasil panen tertentu meningkat...
..... demikian juga dengan harga-harga

Fluktuasi harga jangka panjang tergantung kepada.....

- ***Pasokan,*** *yang dipengaruhi oleh:*
  - *Berapa banyak petani yang menanam*
  - *Cuaca*
  - *Kebutuhan konsumsi para petani sendiri*
  - *Apakah para petani menyimpan hasil panennya atau tidak*
- ***Permintaan,*** yang dipengaruhi oleh:
  - *Harga*
  - *Harga produk-produk pesaing*
- ***Waktu dalam suatu tahun***
  - *Terdapat pola harga musiman untuk kebanyakan hasil panen, terutama tanaman tahunan*

BAGAIMANA HARGA DITETAPKAN

Dalam sistem yang berorientasi pasar harga produk ditentukan oleh penawaran dan permintaan. Pada dasarnya, suatu

keseimbangan tercapai antara apa yang masyarakat siap pasok pada suatu harga tertentu dengan apa yang masyarakat ingin beli. Hal ini merujuk kepada apa yang dikenal oleh para ekonom sebagai harga "keseimbangan pasar". Bila harga produk naik, jumlah yang akan dipasok naik pula dan jumlah yang diminta turun, atau sebaliknya. Harga pasar akan naik atau turun sampai jumlah yang dipasok atau diminta sama besar, atau dalam "keseimbangan".

Penting untuk dicatat bahwa:

- *Pasokan* (penawaran) adalah apa yang masyarakat siap jual pada harga tertentu. Walaupun pasokan dipengaruhi oleh produksi, namun tidak selalu sama dengan produksi. Sebagai contoh, sesuai catatan sebelumnya, boleh jadi para petani kadang-kadang menanam tanaman-tanaman yang bersifat mudah rusak dan tidak memanennya karena harga yang terlalu rendah. Untuk jenis tanaman yang bersifat kurang mudah rusak, para petani atau pedagang bisa saja memutuskan untuk menyimpannya dengan harapan harganya akan naik, daripada menjualnya langsung. Ketika harga-harga naik boleh jadi mereka mengambil produk dari tempat penyimpanan untuk dijual. Ketika ini pasokan setara dengan produk hasil panen untuk penjualan langsung ditambah produk yang dikeluarkan dari penyimpanan.
- *Permintaan* bukanlah berapa yang masyarakat ingin beli, bukan pula apa yang seharusnya mereka beli untuk menjaga kesehatan. Permintaan adalah berapa yang mereka siap beli pada harga pasar.

Bab ini membahas secara singkat cara sederhana bagaimana pengaruhnya terhadap harga-harga. Hal ini dimulai dengan mempertimbangkan fluktuasi harga jangka pendek, khususnya untuk produk-produk yang tingkat kemudahan rusaknya sedang. Harga-harga dapat berfluktuasi harian secara nyata, atau bahkan dalam satu hari. Selanjutnya hal ini akan menentukan pergerakan harga, dalam kurun waktu setahun atau lebih. Sebagaimana catatan sebelumnya, layanan informasi pasar dapat bermanfaat dalam menyediakan informasi tentang tipe-tipe pergerakan harga; yang pertama untuk memungkinkan para petani membuat keputusan segera mengenai kapan panen dan kedua untuk membantu mereka merencanakan penanaman.

FLUKTUASI HARGA JANGKA PENDEK

Penyebab-penyebab utama perubahan harga jangka pendek untuk produk-produk segar adalah:

- jumlah produk yang sedang dijual di pasar pada hari-hari tertentu dan jumlah yang terjual pada beberapa hari sebelumnya;
- perubahan permintaan jangka pendek;
- pengaruh produk-produk pesaing yang sedang dalam permintaan.

Jumlah yang tersedia

Sesuai ketentuan umum, harga-harga pada pasar-pasar induk akan terkait erat dengan jumlah yang tiba di pasar pada suatu hari tertentu. Jadi, jika pasar-pasar induk menerima 1.000 kg jeruk pada hari Senin dan harga beli di pasar-pasar induk Rp 10.000,- per kilogram dapat diharapkan bahwa bila 1.000 kg jeruk tiba di pasar pada hari Selasa, harga beli akan

cenderung sama. Namun demikian, kasus seperti ini tidak selalu terjadi. Sebagai contoh, karena satu atau lain alasan (misalnya cuaca buruk atau perjalanan macet) dapat terjadi tidak ada jeruk yang sampai di pasar pada akhir Minggu sebelumnya. Hal ini akan mengakibatkan kekurangan jeruk dan harga-harga pada hari Senin akan naik karena pedagang eceren akan bersaing membeli jeruk untuk dijual kepada konsumen yang telah kehabisan. Pada hari Selasa, jelaslah bahwa pasokan akan kembali normal, dan harga-harga pasar akan turun, walaupun jumlah yang dipasok sama besar.

Walaupun produksi hasil panen yang bersifat mudah rusak pada daerah tertentu secara musiman dapat tinggi, namun beberapa negara memiliki beberapa daerah produksi, yang setiap daerahnya boleh jadi memiliki musim yang sedikit berbeda. Jadi, para petani di suatu daerah dapat menjadi satu-satunya pemasok hasil panen tertentu pada suatu minggu tertentu dan harga-harga pasar akan tinggi. Kendati demikian, pada minggu berikutnya hasil-hasil panen dari daerah-daerah produksi lain dapat masuk ke pasar, dan harga-harga akan turun. Untuk memaksimalkan keuntungan, para petani dari daerah yang pertama akan berupaya untuk memaksimalkan penjualannya pada minggu pertama (misalnya dengan menjual hasil-hasil panen yang belum masak benar), sementara produsen di daerah yang kedua akan menggunakan teknik yang serupa untuk meningkatkan penjualannya.

Perubahan permintaan jangka pendek

Jika para pedagang mengharapkan bahwa pasokan akan meningkat pada hari-hari berikutnya (misalnya jika mereka mengetahui bahwa kapal pantai yang penuh membawa jeruk akan segera mendarat), mereka akan siap untuk membayar jeruk-jeruk dengan harga yang lebih murah karena makin dekatnya waktu kapal berlabuh. Jadi, sementara 1000 kg jeruk bisa jadi dihargai Rp 10.000,- per kg pada hari Senin, pada hari Rabu harga dapat saja turun sampai Rp 7.500,- per kilogram, karena permintaan telah bergerak turun sejalan dengan harapan akan turunnya harga-harga ketika kapal berlabuh. Tentu saja, banyak pasar memiliki fasilitas-fasilitas yang cocok untuk menyimpan hasil-hasil panen. Hal ini cenderung untuk meratakan fluktuasi harga hasil-hasil panen yang bisa disimpan.

Permintaan konsumen biasanya lebih tinggi pada awal minggu. Dengan alasan tertentu, toko-toko pada banyak negara tutup sehari dalam seminggu dan karenanya masyarakat yang berbelanja harian boleh jadi ingin membeli produk-produk yang segar dalam jumlah dua kali lipat sehari sebelumnya. Hal ini dapat mendorong sedikit kenaikan harga, walaupun para petani dan pedagang akan menyesuaikan pasokan mereka untuk memperhitungkan terjadinya hal ini. Sepanjang akhir minggu, pola permintaan pun berubah. Masyarakat agaknya lebih suka memasak di rumah mereka sendiri dan boleh jadi membuat santapan istimewa hanya pada akhir minggu. Pada sisi lain, perusahaan yang terutama memasok makan siang karyawan-karyawan boleh jadi tutup pada akhir minggu dan karenanya tidak akan membeli produk-produk segar. Hari-hari libur nasional dan keagamaan dapat memberi pengaruh besar pada permintaan. Beberapa produk terutama ditanam untuk hari-hari libur ini. Sebagai contoh, di Pulau Maldive sangat biasa untuk menikmati melon pada bulan Ramadhan; di Amerika labu manis (pumpkin) terutama

ditanam untuk Halloween. Namun permintaan untuk semua hasil panen tampaknya meningkat karena keluarga-keluarga merayakan hari-hari libur mereka dengan santapan istimewa.

Produk-produk pesaing

Jika hanya jeruk yang tersedia di pasar-pasar induk, maka harga-harga akan cukup tinggi. Namun, pada hari berikutnya buah-buahan lain boleh jadi tersedia pula. Para pedagang eceran dan juga konsumen, kemudian akan mempunyai pilihan, misalnya, diantara jeruk, mangga atau nenas. Jadi, walaupun jumlah jeruk yang dikirim ke pasar boleh jadi tetap sama, tetapi harga akan turun, karena sebagian orang yang seharusnya akan membeli jeruk kini beralih kepada buah-buahan lain. Agar pedagang pasar induk dapat menjual semua jeruk yang dibawa ke pasar boleh jadi mereka harus menurunkan harga.

Suatu layanan informasi pasar yang baik harus dalam posisi untuk menyediakan informasi tidak saja mengenai harga-harga tetapi juga mengenai jumlah pasokan. Pada prakteknya beberapa LIP melakukan hal ini. Karena itu penting bagi petugas penyuluh yang memberi saran-saran kepada para petani tentang pemasaran, untuk menyadari bahwa harga-harga beberapa hasil panen, khususnya yang lebih bersifat mudah rusak, dapat berfluktuasi secara cepat dan nyata.

PERUBAHAN JANGKA PANJANG

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perkembangan harga pasar jangka panjang untuk produk-produk pertanian adalah:

- pasokan;
- permintaan;
- waktu-waktu dalam tahun tersebut.

Pasokan

Sementara jumlah yang tersedia di pasar pada suatu hari tertentu dapat menggerakkan fluktuasi harga jangka pendek, faktor-faktor lain mempengaruhi kecenderungan harga jangka panjang. Dalam kasus produk-produk yang bersifat mudah rusak dan tidak dapat disimpan dalam waktu yang panjang, atau untuk itu tidak tersedia tempat penyimpanan yang cocok, dampak utama terhadap harga-harga terjadi pada produksi yang bersifat musiman. Jadi, untuk tanaman seperti tomat, kecenderungan harga terutama akan tergantung kepada kapan tanaman mencapai kematangan di daerah produksi utama.

Dalam kasus bahan pangan pokok seperti padi atau jagung, dan tanaman-tanaman lain yang dapat disimpan untuk waktu yang panjang misalnya kentang, bawang merah dan bawang putih serta buah-buahan seperti apel, harga pasar tidak terlalu berkaitan dengan jumlah yang dipasok ke pasar sehari-hari sebagaimana terjadi pada hasil panen musiman atau tahunan.

Pasokan ke pasar dapat dipengaruhi oleh:

- *Berapa yang ditanam.* Jika harga-harga dalam setahun buruk, para petani seringkali akan menanggapinya dengan mengurangi penanaman pada tahun berikutnya. Hal ini akan menghasilkan produksi yang lebih rendah dan harga yang lebih tinggi, sehingga mendorong bertambahnya penanaman pada tahun berikutnya dan sebagai konsekuensinya harga-harga turun kembali. Siklus alami produksi dan harga-harga ini sudah sangat biasa. Para petani yang berhasil kadang-kadang adalah mereka yang mengerjakan hal yang berlawanan dari yang biasa dilakukan oleh para petani lain.
- *Cuaca.* Curah hujan yang tidak memadai dapat memberi pengaruh yang nyata kepada tingkat produksi seluruh tanaman yang tidak ditanam dengan irigasi.
- *Kebutuhan keluargatani sendiri.* Para petani pertama kali harus mencukupi kebutuhan pangan mereka dan keluarga mereka sendiri. Hal ini akan melebih-lebihkan pengaruh panen yang buruk kepada jumlah pasokan ke pasar. Sebagai contoh, jika produksi suatu negara satu juta ton padi pada tahun yang normal dan para petani menyimpan separuh dari jumlah tersebut untuk keluarganya, maka 500.000 ton tersedia untuk dijual ke pasar. Kendati demikian, jika panen buruk dan turun menjadi 750.000 ton para petani boleh jadi tetap ingin menyimpan 500.000 ton untuk keluarga mereka, sehingga hanya tinggal 250.000 ton untuk dijual ke pasar. Jadi penurunan produksi sebesar 25% sesungguhnya dapat mengakibatkan turunnya jumlah yang dijual sampai 50%.
- *Harga.* Jika memiliki tempat penyimpanan yang cocok, biasa para petani biasanya mempunyai pilihan antara menjual langsung atau menyimpan dengan harapan harga akan naik kemudian dalam musim tersebut. Keputusan mereka tentang berapa yang disimpan dan berapa yang dijual akan tergantung kepada kebutuhan mereka akan uang selepas panen, kepada harga dan kepada pengetahuan mereka tentang bagaimana agaknya kecenderungan harga. Jika para petani menjual tanaman mereka dalam jumlah yang besar segera selepas panen, hal ini secara tidak terelakkan akan mengakibatkan menurunnya harga-harga pasar, walaupun pengaruhnya boleh jadi berkurang jika para pedagang dan panggiling padi memutuskan untuk melakukan penyimpanan dalam jumlah yang besar.

Permintaan

Permintaan dipengaruhi oleh:

- *Harga.* Jika harga pasar tinggi, konsumen akan mengurangi pembeliannya. Dalam kasus beberapa produk seperti buah-buahan, pengurangan yang nyata seringkali dapat terjadi karena konsumen tidak mempertimbangkannya sebagai bagian yang penting dalam pola konsumsi mereka. Kendati demikian, untuk beberapa bahan pangan pokok seperti padi, jagung, umbi-umbian dan akar-akaran dan untuk hasil panen penting lainnya (misalnya pada beberapa masyarakat, cabe dan bawang merah) lebih sulit untuk membuat pengurangan yang nyata dalam jumlah yang dikonsumsi. Jika harga-harga naik masyarakat boleh jadi akan sedikit mengurangi konsumsi, dan mereka boleh jadi lebih berhati-hati dalam menentukan jumlah yang mereka masak untuk mengurangi

sisa (makanan) yang terbuang. Mereka boleh jadi akan tetap membeli dalam jumlah yang sama tetapi dalam kualitas yang lebih rendah, misalnya, padi dengan prosentase butiran pecah yang lebih tinggi atau tepung jagung yang tidak diayak daripada yang diayak bersih. Mereka boleh jadi juga akan membeli produk lain yang mereka pandang memiliki nilai yang lebih baik, jika ada.

Jika harga pasar rendah konsumen mungkin akan meningkatkan konsumsi mereka, membeli kualitas yang lebih baik dan jika mereka mampu, menjadi kurang berhati-hati dalam mencegah terjadinya sisa makanan yang terbuang. Tetapi karena seseorang hanya mampu mengkonsumsi sejumlah tertentu padi atau jagung, maka konsumen yang telah mampu membeli jumlah yang cukup tidak akan terlalu banyak meningkatkan konsumsinya. Sebagai gantinya, mereka agaknya lebih suka meggunakan kelebihan uang yang dihemat dari pembelian bahan pangan pokok untuk membeli sejumlah yang lebih besar buah-buahan dan sayur-sayuran daripada yang biasanya mereka konsumsi.

Hubungan timbal balik antara pasokan dan permintaan serta harga-harga bahan pangan karenanya sangat rumit. Suatu perubahan dalam harga suatu produk dapat mempengaruhi permintaan dan, pada gilirannya, harga-harga produk lain secara keseluruhan. Pada umumnya, dapat terlihat bahwa pasokan (penawaran) agaknya berfluktuasi lebih besar daripada permintaan dan karenanya perubahan produksi biasanya akan memberikan dampak yang lebih besar pada harga-harga daripada perubahan pada permintaan.

Waktu dalam tahun tersebut

Untuk tanaman tahunan, sementara tingkat harga-harga diharapkan dapat berbeda-beda dari tahun ke tahun tergantung kepada tingkat inflasi harga secara umum dan besar panen, harga-harga biasanya akan mengikuti pola musiman. Untuk suatu negara yang memulai panennya pada bulan April atau Mei dapat diharapkan bahwa harga-harga konsumen akan naik selama kurun waktu Desember sampai Maret. Pada bulan April harga-harga akan kurang lebih bertahan sama sampai akhir bulan dan kemudian harga-harga akan mulai turun sesuai dengan banyaknya hasil panen baru yang tersedia. Harga-harga selanjutnya akan turun sampai Juni atau Juli dan mulai naik sedikit, lalu naik lebih tajam menjelang akhir tahun. Fluktuasi ini akan secara nyata kurang dramatis pada negara yang memiliki dua kali panen bahan pangan pokoknya (misalnya pada banyak negara produsen padi) tetapi fluktuasi harga musiman agaknya tetap saja terjadi.

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, salah satu manfaat LIP adalah bahwa dia dapat menyediakan informasi jangka panjang yang membantu petani mengetahui kecenderungan harga musiman untuk berbagai hasil panen. Informasi ini boleh jadi hanya sedikit bermanfaat bagi para petani penghasil bahan pangan pokok seperti padi dan jagung, tetapi sangat penting untuk disadari bahwa untuk tanaman hortikultura, khususnya tanaman-tanaman yang sebelumnya tidak ditanam oleh para petani, terdapat variasi harga musiman sehingga keputusan tentang produksi yang paling menguntungkan dapat dibuat.

4 Menafsirkan harga-harga yang dinyatakan oleh suatu dinas/lembaga informasi pasar

Isi-isi pokok Bab 4

Menafsirkan harga-harga yang dinyatakan oleh suatu Dinas/Lembaga Informasi Pasar

Untuk memberi saran kepada para petani para penyuluh perlu mengetahui pada tingkatan mana dalam mata rantai pemasaran harga-harga yang dinyatakan tersebut merujuk

Seringkali terjadi kebingungan antara harga-harga jual dan harga-harga beli pedagang besar.

Jumlah (partai) besar kadang-kadang dijual di pasar-pasar eceran ..... di sini sekali lagi, dapat terjadi kebingungan mengenai harga-harga

Ini adalah.....

- *Harga di pasar pengumpul?*
- *Harga beli pedagang besar?*
- *Harga jual pedagang besar?*
- *Harga di pasar eceran?*

Adalah hal yang penting bahwa para penyuluh memiliki pengetahuan yang baik tentang bagaimana sistem pemasaran berfungsi dan jenis-jenis pasar yang dapat dimamfaatkan oleh para petani

Penjualan secara langsung kepada konsumen di pasar-pasar eceran dapat menjadi mahal ditinjau dari segi waktu (yang dihabiskan oleh) petani .....

.... informasi yang dapat dipercaya tentang kondisi pasar adalah penting.

Untuk menggunakan informasi pasar para petani perlu mengetahui bagaimana kualitas hasil produk mereka dibandingkan dengan kualitas yang ada di pasar

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi relevansi informasi harga untuk para petani termasuk.....

- *Keberagaman hasil produk yang dirujuk oleh harga tersebut*
- *Kualitas hasil produk yang dirujuk*
- *Hari dan saat data mengenai harga-harga itu dikumpulkan*

BERAPA HARGA-HARGA YANG DINYATAKAN?

Dinas/lembaga informasi pasar menyediakan informasi harga dalam bentuk yang bervariasi. Agar dapat memberikan gagasan yang baik kepada para petani tentang apa makna harga-harga yang dinyatakan di radio atau tercetak di surat kabar, penting bagi mereka untuk mengetahui secara tepat berapa harga-harga yang dinyatakan tersebut. Paling tidak ada empat pertanyaan yang perlu diajukan:

- Untuk tingkatan mana dalam mata rantai pemasaran harga yang dinyatakan tersebut merujuk?
- Untuk jenis dan kualitas apa harga tersebut merujuk?
- Pada hari apa harga tersebut dikumpulkan?
- Pada pukul berapa dalam hari tersebut harga dikumpulkan?

HARGA-HARGA PADA BERBAGAI TINGKATAN MATA RANTAI PEMASARAN

Harga-harga yang dicatat oleh LIP dapat berupa:

- Harga-harga di pasar pengumpul;
- Harga-harga pembelian di pasar induk;
- Harga-harga penjualan di pasar induk;
- Harga-harga eceran.

Dalam beberapa kasus, LIP mungkin menyatakan berbagai jenis harga yang berbeda dalam satu pemberitaan, tergantung pada pasar-pasar dan hasil produk yang dirujuk. Terkadang hal ini mungkin disengaja, untuk menggambarkan beroperasinya sistem pemasaran. Dalam kasus-kasus lain LIP sendiri mungkin bingung tentang adanya perbedaan jenis-jenis harga tersebut. Bila ada keraguan, para penyuluh harus selalu menghubungi LIP untuk memperoleh penjelasan tentang harga yang mana yang dinyatakan tersebut.

HARGA-HARGA DI PASAR PENGUMPUL

Pasar-pasar pengumpul paling tepat dapat digambarkan sebagai tempat-tempat tujuan para petani untuk bersama-sama bertemu dengan para pedagang. Pada pasar-pasar ini para pedagang membeli hasil produk para petani dan kemudian mengirimkannya ke pasar-pasar induk di kota atau kadang-kadang, ke pasar-pasar eceran atau para pengolah. Pengetahuan tentang harga-harga yang dibeli oleh para pedagang sangat berguna bagi para petani, sebab harga-harga itu merujuk kepada lokasi yang relatif dekat dengan lahan usahatani mereka dan karena mereka tidak perlu untuk membuat perhitungan yang sulit untuk menerjemahkan harga-harga pasar ke dalam harga-harga di tingkat petani. Walaupun demikian, harga-harga itu sulit dan mahal bagi LIP untuk mengumpulkannya sebab banyak negara mempunyai sejumlah besar pasar-pasar pengumpul dan LIP pada umumnya mempunyai dana yang terbatas. Dengan demikian hanya beberapa negara yang mengumpulkan dan menyebarluaskan harga-harga di pasar pengumpul.

Harga beli pedagang besar

Praktek pemasaran pedagang besar bervariasi secara luas di seluruh dunia dan paling tidak terdapat empat metode dasar dalam mengoperasikannya, sebagaimana daftar berikut ini. Setiap metode ini sendiri memiliki banyak variasi di dalam praktek perdagangan nyata.

- hasil produk dijual oleh petani atau pedagang sesuai dengan harga yang telah disetujui kepada pedagang besar yang secara permanen mangkal di pasar itu. Dia kemudian menjual hasil produk tersebut (mungkin dengan

mencampurkannya dengan produk petani lain) kepada pedagang pengecer, kadang-kadang kepada konsumen dan kadang-kadang kepada sub pedagang besar yang akan, pada gilirannya, memasok pedagang eceran;

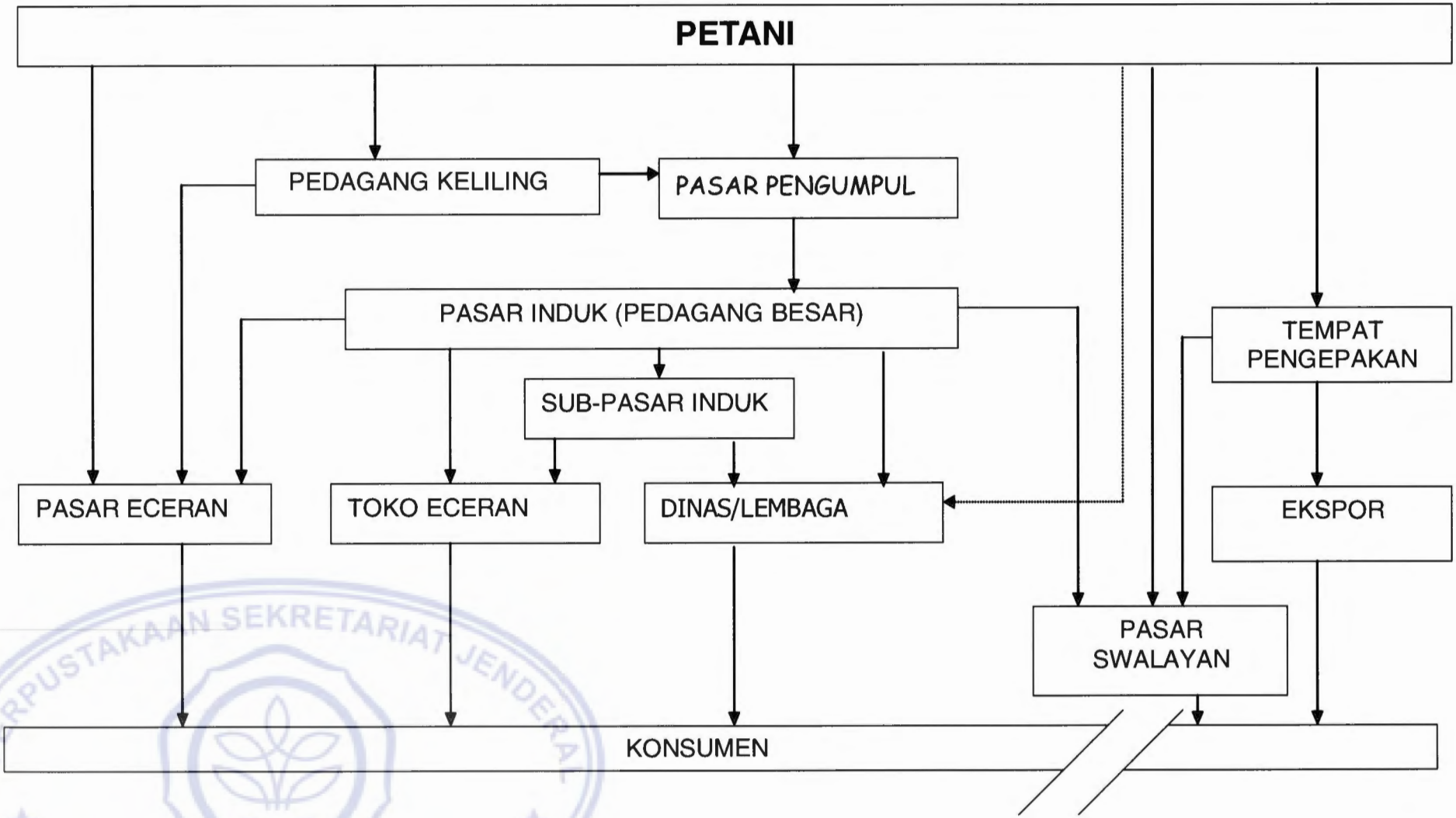
- hasil produk diserahkan oleh petani atau pedagang kepada seorang agen pedagang besar yang mangkal di pasar itu. Agen ini menjual hasil produk tersebut pada harga terbaik yang dapat diperolehnya, dengan membebani petani atau pedagang sejumlah biaya (biasanya persentase dari harga jual) untuk jasa yang dilakukannya;
- hasil produk diserahkan oleh petani atau pedagang kepada seorang agen pedagang besar di sebuah pasar atau mungkin kepada organisasi yang memiliki atau mengoperasikan pasar. Agen atau operator pasar tersebut kemudian melelang hasil produk kepada penawar tertinggi dan membebani petani atau pedagang sejumlah biaya untuk jasa yang dilakukannya;
- seorang petani atau pedagang membawa hasil produk pertanian secara langsung ke sebuah pasar induk (yang seringkali memiliki areal parkir yang lebih besar dari pasarnya sendiri) dan menjualnya dari belakang truknya kepada sub pedagang besar, para pedagang pengecer dan, kadang-kadang kepada konsumen. Pada pasar-pasar serupa, khususnya di negara-negara Arab, mungkin terdapat para agen yang tidak secara langsung menangani hasil-hasil produk tapi bertindak sebagai perantara yang berkeliling diantara para penjual dan pembeli agar dapat mengatur penjualan. Untuk ini mereka membayar sejumlah biaya.

Sebagaimana dapat dilihat dari gambaran di atas sering kali tidak *ada harga pembelian pedagang besar* sebab hasil-hasil produk dijual berdasarkan komisi. Dalam kasus-kasus ini relatif mudah untuk menghitung perkiraan harga pembelian pedagang besar, yaitu dengan cara mengurangi harga jual pedagang besar dengan komisi yang dibebankan oleh agen pedagang besar. Jika para pedagang besar membeli dan menjual produk, maka seringkali sulit untuk memperoleh informasi tentang harga beli pedagang besar karena para pedagang pasar secara umum enggan untuk menyediakan informasi tentang harga yang mereka bayar. Namun demikian, mereka seringkali siap untuk memberi informasi tentang harga jual dan informasi ini dapat diperiksa dari para pembeli.

Harga jual pedagang besar

Harga yang dibayar oleh pedagang pengecer untuk membeli hasil produk adalah *harga jual pedagang besar.* Ini adalah harga yang paling sering dinyatakan oleh LIP. Jika LIP menyatakan *harga jual pedagang besar* untuk pasar-pasar itu, dan para pedagang besar di sana lebih bertindak sebagai pembeli dan penjual produk daripada sebagai agen, maka informasi ini kurang kegunaannya bagi para petani daripada *harga beli pedagang besar,* karena mereka tidak mengetahui berapa besar keuntungan yang dibuat oleh pedagang. Dengan demikian, jika sistem ini beroperasi, LIP harus sedapat-dapatnya menyediakan informasi tentang *harga beli oleh pedagang besar*, jika memungkinkan. Bilamana hal ini tidak dapat dilakukan, para penyuluh perlu menghubungi para ahli pemasaran di Departemen Pertanian atau para manajer pasar untuk memperoleh gagasan mengenai keuntungan yang dibuat oleh para pedagang. Dalam prakteknya keuntungan ini akan berbeda-beda secara nyata. Para pedagang besar

Gambar1
Sebuah mata rantai pemasaran untuk hasil produk hortikultura



Berbagai tingkat mata rantai pemasaran

FAO/17515/R Farduth

Di tingkat usahatani-Uganda

A. Schalke

Di tingkat pasar pengumpul- Indonesia

Bucharest Wholesale Market

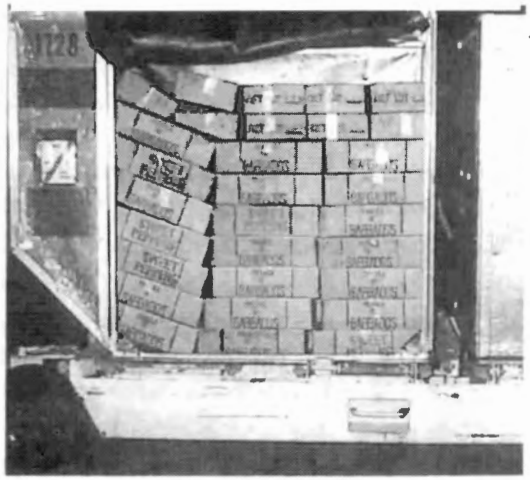
Di tingkat pasar induk-Romania

H. Bemmann

Di tingkat pasar eceran-Papua New Guinea

R. Wills

Di tempat pengepakan-Korea



Anon

Di tingkat ekport-Barbados

Harga eceran

Harga eceran adalah harga-harga yang dibeli oleh konsumen. Harga eceran terkadang dikumpulkan oleh LIP tetapi dalam beberapa kasus informasi ini digunakan terutama untuk tujuan yang berhubungan dengan statistik, seperti untuk menghitung sebuah Indeks Harga Eceran

(IHE), dan sedikit kegunaannya untuk petani. Jika seorang petani menjual hasil tanamannya kepada seorang pedagang, yang lalu menjualnya lagi kepada seorang pedagang besar, yang selanjutnya menjualnya kepada seorang pedagang pengecer dan kemudian menjualnya lagi kepada konsumen, maka menjadi sulit bagi petani tersebut untuk menggunakan harga konsumen akhir atau harga eceran untuk memperkirakan harga yang akan diperolehnya dari pedagang.

Harga eceran mungkin bervariasi secara luas tergantung kepada tempat produk dijual dan jasa yang disediakan oleh pedagang eceran. Biasanya, ketika LIP menyatakan harga eceran, maka harga ini merujuk kepada harga pasar eceran utama di kota. Betapapun, harga ini mungkin banyak berkurang dari harga yang dikenakan oleh pedagang eceran di pinggiran kota, khususnya jika di sana ada beberapa pedagang eceran lain, atau yang dikenakan oleh seseorang yang melakukan perjalanan dari rumah ke rumah untuk menawarkan produknya.

Makin maju sistem pemasaran, ditinjau dari segi kemudahan pergerakan hasil produk dari petani ke konsumen, tampaknya makin kurang jumlah petani yang melakukan penjualan langsung kepada konsumen eceran. Biasanya biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk membawa hasil produk ke pasar lebih besar daripada keuntungan yang diperoleh dari penjualan dengan harga-harga yang lebih tinggi. Dalam banyak kasus hanya petani yang tinggal di dalam atau dekat kota kecil atau kota besar saja yang sungguh-sungguh dapat membenarkan (menutup) biaya dan waktu yang dikorbankan selama perjalanan ke pasar.

Dalam beberapa kasus, bagaimanapun pengetahuan tentang harga eceran sangat penting bagi para petani. Hal ini terutama berlaku untuk negara-negara di belahan Tengah dan Timur Eropa yang sebelumnya menerapkan perencanaan terpusat. Pada banyak negara ini sistem pemasaran pertanian, khususnya untuk hasil produk hortikultura, belum secara penuh berkembang untuk dapat mengambil alih sistem sebelumnya. Di sana terdapat sedikit pasar induk dan para petani sering merasa perlu untuk membawa hasil produk mereka secara langsung ke pasar-pasar eceran kota. Di sini, bagaimanapun, kebingungan dapat terjadi yaitu mengenai harga yang tepat untuk rujukan. Beberapa petani mungkin menjual hanya dalam jumlah yang besar kepada pedagang eceran lain, walaupun mereka ada dalam pasar "eceran", sementara petani lain boleh saja hanya menjual dalam jumlah yang kecil untuk konsumen secara individual.

FAKTOR-FAKTOR LAIN

Jenis dan kualitas

Pada suatu hari, mungkin terdapat beberapa atau bahkan banyak, jenis-jenis suatu produk tertentu yang sedang dijual di pasar-pasar kota. Jika jenis-jenis ini berbeda secara nyata dari

segi daya tarik dan harganya, maka LIP harus melaporkan harga-harga tersebut untuk setiap jenis. Hal ini tidak selalu dilakukan. Lagi pula, walaupun LIP itu boleh jadi mengumpulkan harga-harga setiap jenis yang berbeda, namun kurangnya waktu siaran radio menyebabkan tidak selalu mungkin menyiarkan seluruh harga-harga tersebut.

Pada LIP yang hanya memberikan satu harga (misalnya untuk tomat), maka para petani sungguh-sungguh membutuhkan informasi tentang jenis apa yang dirujuk oleh harga tersebut dan hubungan antara harga jenis tersebut dengan jenis-jenis yang mereka tanam. Untuk itu penting bagi LIP untuk bertindak konsisten dan mengumpulkan informasi tentang jenis yang sama atau tentang berbagai jenis setiap hari. Jika tidak, informasi harga yang disediakan hanya akan memberi manfaat yang rendah bagi para petani.

Pada umumnya para petani merasa marah karena harga-harga yang mereka terima sangat kurang dari harga-harga yang dinyatakan oleh LIP. Seringkali alasannya adalah bahwa kualitas hasil produk mereka tidak sebaik produk yang dirujuk oleh harga tersebut. Tentu saja, tidak mudah bagi LIP untuk mengumpulkan harga-harga, jika terdapat keragaman yang besar dalam kualitas produk. Pada waktu yang lampau LIP telah secara umum mengumpulkan harga-harga untuk menggambarkan *Rata-rata Kualitas Sedang,* walaupun sering sulit untuk mendefinisikannya. Baru-baru ini, LIP telah memulai mencatat kisaran *harga untuk setiap produk.* Sering kali kisaran harga yang digunakan tidak termasuk produk dengan kualitas paling buruk dan paling baik jika pasokannya tidak teratur, dan mencakup, kemungkinan, 90 persen dari produk yang terjual pada suatu hari.

Untuk itu para petani memerlukan gagasan yang baik tentang kualitas hasil produk mereka dalam hubungan dengan produk yang sedang ditawarkan di pasar-pasar pinggiran kota. Dengan melihat hasil produk tetangga mereka, mereka dapat melihat bagaimana kualitas produk mereka dibandingkan dengan para petani di dekat wilayah mereka. Dengan berkunjung ke pasar kota, mereka dapat melihat bagaimana kualitas produk mereka dibandingkan dengan para petani yang berada di wilayah yang lebih jauh. Jika pasar kota jaraknya jauh dan jarang dikunjungi oleh petani lokal, maka para penyuluh dapat membantu dengan mengorganisasikan kunjungan-kunjungan para petani tersebut (lihat Bab 9).

Cara lain bagi para penyuluh untuk menolong para petani adalah dengan mendorong para petani untuk melakukan pemilahan produk sebelum menjualnya. Para pedagang kadang-kadang membeli dari para petani produk dengan kualitas dan ukuran campuran pada harga yang menggambarkan harga pasar untuk kelas paling rendah. Mereka kemudian menyortir produk tersebut, sehingga mereka memperoleh harga yang lebih tinggi dari yang dibeli. Dalam kasus biji-bijian, para pedagang seringkali harus membersihkan apa yang mereka beli dari para petani, sebelum mereka dapat menjualnya ke pasar induk atau penggilingan. Para petani mungkin tidak menghargai perlunya pemilahan ini dilakukan dan hal ini berarti mereka mendapatkan harga yang lebih rendah daripada yang mungkin mereka harapkan.

Kapan harga-harga dikumpulkan?
Ketika harga-harga disiarkan di radio atau tercetak di surat kabar penting bagi para petani untuk mengetahui terhadap hari apa harga-harga tersebut dirujuk. Kadang-kadang LIP dapat cukup lambat dalam memproses dan menyebarluaskan informasi. Sebagai contoh, jika harga-harga disiarkan setiap hari pada pukul 20.00 malam, apakah mereka merujuk kepada harga-harga pasar pada pagi harinya atau harga-harga pasar sehari sebelumnya?

Gambar 2
Menghitung harga jual rata-rata menurut berat

Diasumsikan sebuah contoh yang berkaitan dengan pengiriman 100 kg tomat sebagai berikut .....

50 kg dijual pada Rp 20.000,- per kg	=	Rp 1.000.000,-
20 kg dijual pada Rp 14.000,- per kg	=	Rp 280.000,-
20 kg dijual pada Rp 10.000,- per kg	=	Rp 200.000,-
5 kg dijual pada Rp 4.000,- per kg (**5 kg** yang tidak dapat dijual)	=	Rp 20.000,-
Total Pendapatan	=	Rp 1.500.000,-

Jadi harga jual rata-rata per kilogram adalah .....

Rp 1.500.000,- : **100 kg** = Rp 15.000,-

Merupakan hal yang penting bahwa para petani mempunyai informasi ini ketika mereka sedang melakukan tawar-menawar dengan para pedagang. Jika harga-harga dikumpulkan pada hari Senin pagi dan tidak disiarkan sampai hari Selasa malam, maka harga-harga tersebut sudah berumur dua hari ketika para petani menjual produk mereka pada hari Rabu pagi. Lebih mutakhir informasi yang tersedia bagi petani, maka lebih baik pula mereka akan dapat memanfaatkan LIP untuk tujuan tawar-menawar.

Hari dalam seminggu

Jika LIP hanya menyediakan informasi sekali atau dua kali dalam seminggu, penting bagi mereka untuk mengetahui terhadap hari apa dalam seminggu itu harga-harga tersebut merujuk. Seringkali, harga-harga pasar lebih tinggi mendekati akhir minggu karena konsumen melakukan pembelian untuk persiapan akhir minggu. Dengan demikian, jika seorang petani mengirim produknya ke pasar pada awal minggu dengan patokan harga yang bersumber dari laporan LIP pada akhir minggu sebelumnya, ia mungkin kecewa.

Waktu dalam sehari

LIP biasanya mengumpulkan harga-harga pada saat yang sama setiap hari. Hal ini seringkali dilakukan pada pagi hari ketika pasar-pasar induk di kota seringkali sedang aktif-aktifnya. Betapapun, dalam beberapa kasus, LIP mungkin tidak mengumpulkan harga-harga pada saat kondisi pasar paling aktif, karena kondisi seperti itu tidak nyaman bagi para pengumpul data harga.

Jika LIP mengumpulkan harga-harga pada waktu yang paling sibuk, yaitu ketika hasil produk dalam keadaan paling segar dan menarik, maka harga-harga yang dikumpulkan dan disebarluaskan kepada para petani biasanya harga-harga tertinggi yang tercatat hari itu. Walaupun demikian, harga rata-rata yang diterima selama sehari mungkin lebih rendah. Sesungguhnya, beberapa produk mungkin terbukti tidak mungkin dijual oleh pedagang besar. Jadi harga yang dilaporkan di radio atau di surat kabar mungkin menggambarkan harga jual beberapa hasil produk petani, tapi tidak perlu seluruhnya. Gambar 2 mengilustrasikan situasi yang memungkinkan.

Layanan informasi pasar yang baik akan secara periodik menyarankan para petani tentang bagaimana menafsirkan harga-harga yang mereka sebarluaskan. Saran tersebut harus termasuk perkiraan indikasi harga jual rata-rata dibandingkan dengan harga yang dinyatakan oleh LIP. Para penyuluh kemudian dapat membantu para petani membuat perhitugan-perhitungan yang diperlukan.

Satuan harga yang dinyatakan

Pada banyak negara satuan yang digunakan untuk transaksi pasar tidak standar. Penjualan dibuat berdasarkan ukuran "kotak", "zak", "kaleng" dan lain-lain daripada kilogram atau pon. Pada beberapa negara ukuran kontainer mungkin bervariasi dari satu tempat ke tempat lain. Sebagai contoh satu "zak" mungkin berukuran 90 kg jagung di satu bagian dari suatu negara dan 50 kg di bagian yang lain. Jika LIP menyatakan harga-harga menurut satuan kontainer, bukan berdasarkan berat, maka para petani perlu memastikan bahwa kontainer-kontainer yang dirujuk tersebut adalah sama dengan yang mereka gunakan.

Isi-isi pokok Bab 5

Menghitung biaya-biaya pemasaran

Para penyuluh pertanian dan petani perlu memahami biaya-biaya pemasaran agar dapat mengkonversi (merubah) harga-harga yang dinyatakan oleh LIP menjadi harga di tingkat petani.

Jenis-jenis biaya pemasaran, meliputi.....

Menghitung biaya transportasi per kg hasil produksi kadang-kadang dapat menyulitkan.

- *Persiapan dan pengemasan*
- *Penanganan*
- *Pengangkutan/transportasi*
- *Kehilangan*
- *Penyimpanan*
- *Pengolahan*
- *Biaya modal*
- *Upah, komisi dan biaya/pungutan tidak resmi*

Kadang-kadang, kehilangan hasil dapat menyebabkan biaya pemasaran berbeda nyata.

Seperti halnya petani, para pedagang perlu juga memperoleh keuntungan

- *Harga di tingkat petani adalah harga jual pedagang dikurangi.....*
  biaya biaya-biaya pemasaran dan keuntungan pedagang

Contoh penghitungan biaya

(lihat halaman ...)

Terdapat banyak biaya yang perlu dimasukkan dalam penghitungan biaya pemasaran.

Kemungkinan ada perbedaan yang nyata antara harga beli di pasar induk dan harga yang diterima petani pada tingkat usahatani. Para petani perlu memahami alasan-alasan untuk itu. Mereka juga perlu mampu melakukan beberapa penghitungan dasar agar dapat melakukan konversi harga yang dinyatakan oleh LIP menjadi harga yang realistis di tingkat petani

JENIS-JENIS BIAYA

Para pedagang seringkali dituduh mengeksploitasi petani oleh para petani, para penyuluh, para politisi, dan lain-lainnya. Terkadang tuduhan tersebut beralasan. Bagaimanapun juga, dalam banyak kasus perbedaan besar antara harga beli pedagang dan harga jual tersebut dapat dijelaskan oleh biaya-biaya pemasaran mereka.

Sebagai contoh-contoh biaya-biaya adalah :

- Persiapan dan pengemasan;
- Penanganan;
- Pengangkutan/transportasi;
- Kehilangan;
- Penyimpanan;
- Pengolahan;
- Biaya modal;
- Upah, komisi dan biaya pungutan tidak resmi.

Persiapan dan pengemasan. Setelah pedagang membeli hasil produk petani, mereka seringkali membersihkan dan memilah-milah dan kemudian mengirimnya untuk memperoleh pengemasan yang tepat sesuai dengan keperluan pengangkutan jarak jauh dan untuk dijual ke pasar induk atau ke tempat lain. Hal ini melibatkan beberapa pengeluaran biaya, termasuk upah tenaga kerja dan biaya pengemasan. Seringkali pedagang memiliki gudang penyimpanan sendiri, dan ini juga memerlukan biaya yang harus diperhitungkan.

Penanganan. Pada semua tingkatan dalam mata rantai pemasaran, produk akan dikemas dan dilepas dari kemasannya, dimuat dan dibongkar, disimpan dan diambil kembali. Biaya untuk kegiatan penanganan yang banyak tersebut tidak besar, tetapi secara keseluruhan biaya penanganan semacam itu akan nyata.

Pengangkutan transportasi. Biaya transportasi akan bervariasi menurut jarak antara petani dan pasar. Namun demikian, hal itu juga akan tergantung pada kualitas jalan-jalan. Seorang petani yang tinggal dekat jalan raya, mungkin akan membutuhkan biaya transportasi yang jauh lebih rendah daripada petani lain yang tinggal di ujung jalan buruk yang seringkali tidak dapat dilalui dan menyebabkan kerusakan pada truk-truk.

Terkadang biaya-biaya transportasi merupakan hal yang sederhana untuk dihitung sebab petani membayar sejumlah harga untuk setiap kg produk kepada pengangkut. Jika harga diperhitungkan "per kontainer", maka penghitungannya menjadi lebih rumit, sebab jumlah yang diangkut dalam satu kontainer mungkin bervariasi. Penghitungan bahkan menjadi makin sulit jika para pedagang menyewa sebuah truk komplit dan mengangkut berjenis-jenis hasil produk atau jika pedagang menggunakan kendaraan milik sendiri. Jika biaya transportasi tidak dapat dihitung secara langsung, maka paling

baik menggunakan penghitungan biaya per kilogram yang dinyatakan oleh pengangkut, dengan asumsi bahwa memang sebesar itu tarifnya.

Kehilangan. Kehilangan produk merupakan hal yang biasa. Bahkan jika sesungguhnya tidak ada apapun yang dibuang, produk dapat kehilangan beratnya selama dalam penyimpanan dan perjalanan (misalnya melalui kehilangan kelembaban/uap air). Dengan demikian setiap kilogram produk yang dijual di tingkat pedagang eceran tidak selalu dapat dibandingkan dengan satu kilogram yang dijual oleh petani. Kadang-kadang dapat tercatat kehilangan produk yang tinggi, khususnya untuk buah-buahan dan sayur-sayuran yang bersifat mudah rusak. Kemungkinan kehilangan akan tertinggi pada musim panen besar ketika produk melimpah-limpah yang berarti banyak yang harus terbuang tidak terjual. Secara umum, makin jauh jarak tempuh antara petani dan konsumen, tampaknya tingkat kehilangan makin tinggi.

Dapat juga terjadi kehilangan kualitas selama pemasaran. Hal ini tidak dihitung sebagai biaya pemasaran, karena akan terefleksi pada harga yang diterima di pasar. Bagaimanapun, petani perlu memperhitungkan kehilangan kualitas ketika menaksir berapa kiranya harga produk mereka di pasar, dan membandingkannya dengan harga yang dilaporkan oleh LIP.

Penyimpanan. Biaya penyimpanan merupakan biaya yang penting bagi banyak produk. Jika seorang pedagang harus menyimpan hasil produknya diantara petani dan pasar, maka biaya ini perlu dipertimbangkan. Bab 7 mengingatkan bagaimana petani memasukkan biaya-biaya penyimpanan ke dalam perhitungan ketika menghitung apakah produk dijual segera setelah panen atau ditahan lebih dahulu, dengan harapan harga-harga akan bergerak naik.

Pengolahan. Jika para petani menjual hasil panennya kepada para pengolah hasil pertanian atau kepada para pedagang yang kemudian menjualnya lagi kepada para pengolah, maka sulit untuk menghubungkan harga produk akhir dengan harga bahan mentahnya. Biji-bijian seperti beras dan jagung harus digiling dan dalam menghitung biaya total pemasarannya kita perlu mempertimbangkan faktor konversi dari biji-bijian tidak digiling, menjadi digiling begitu pula nilai hasil produk antaranya. Para petani tidak harus sungguh-sungguh mencoba menghitungnya, namun harus memahami biaya-biaya pemasaran antara lahan usahataninya dan pabrik dan menghubungkan biaya-biaya tersebut dengan harga pembelian pabrik.

Keuangan. Untuk kegiatan operasional, seorang pedagang dapat meminjam uang dari bank. Bunga yang dibayarkan dari uang pinjaman tersebut adalah biaya. Jika seorang pedagang menggunakan uangnya sendiri, tidak dapat dikatakan tanpa biaya, karena pedagang itu dapat menyimpan uangnya di bank untuk memperoleh bunga daripada menggunakannya untuk berdagang. Dengan demikian biaya bagi para pedagang yang menggunakan uangnya sendiri adalah bunga pinjaman yang tidak diperolehnya.

Ongkos komisi dan biaya-biaya tidak resmi. Biaya-biaya tersebut sebagian besar adalah biaya utama yang diperlukan dalam pemasaran produk pertanian. Namun demikian, terdapat banyak biaya lain yang bila ditambahkan, dapat

memberikan dampak yang besar. Sebagai contoh, para pedagang harus membayar ongkos pasar. Seringkali mereka harus membayar upah untuk jasa menimbangkan hasil produk mereka. Secara normal para pedagang harus mendapat izin dan membayar ongkos perizinan secara resmi; di beberapa negara mereka harus membayar pungutan tidak resmi atau uang suap (sogok) pada berbagai jalan yang dilalui sampai ke pasar. Pajak resmi kadang-kadang dipungut ketika orang ingin melalui batas administrasi wilayah kabupaten. Semua biaya tersebut harus masuk dalam perhitungan.

Keuntungan

Para pedagang tidak berdagang untuk memberikan pelayanan kepada para petani pedesaan. Mereka berdagang agar menghasilkan uang untuk mereka sendiri dan keluarga mereka. Dengan demikian mereka harus membuat keuntungan yang rasional pada sebagian besar transaksi mereka. Berapa besar keuntungan "rasional" itu, tentu saja, dapat diperdebatkan. Keuntungan mungkin dapat dikatakan "rasional" jika mampu memberikan insentif bagi pedagang untuk berdagang. Jika keuntungan dari perdagangan hasil produk pertanian jatuh sampai di bawah tingkat tertentu, maka para pedagang akan memutuskan untuk menggunakan waktu dan uangnya untuk melakukan sesuatu yang lain yang memberikan keuntungan lebih. Jika para penyuluh atau para petani menghitung biaya pemasaran, mereka dapat menghitung perbedaan antara harga pembelian di pasar induk dengan harga yang ditawarkan oleh pedagang ditambah biaya-biaya pemasaran. Apakah perbedaan ini bagi para pedagang merupakan jumlah yang "rasional" baginya atau haruskah petani mencoba mendapatkan harga yang lebih tinggi?

Penghitungan biaya-biaya

Publikasi FAO sebelumnya[2] membahas secara rinci tentang bagaimana menghitung biaya-biaya pemasaran dan hal tersebut perlu digunakan sebagai bahan rujukan. Perlu ditekankan bahwa biaya-biaya harus dihitung. Pendekatan yang diambil oleh banyak pejabat dan politisi untuk mengatakan bahwa *"petani hanya mendapat 30 persen dari harga pasar – oleh karena itu mereka dieksploitasi"*, adalah salah sama sekali. Persentase yang diperoleh petani tergantung kepada biaya, sistem pemasaran dan harga. Setiap kasus perlu diperiksa menurut baik buruknya masing-masing.

Sebuah penghitungan biaya secara khusus ditunjukkan pada Gambar 3. Dalam contoh itu diasumsikan bahwa para pedagang membeli pada harga di tingkat petani dan mengambil hasil produk itu ke pasar induk untuk dijual. Nilai uang (Rupiah) hanya digunakan untuk menggambarkan penghitungan dan tidak mewakili biaya yang sesungguhnya.

Gambar 3

Penghitungan biaya

Diasumsikan bahwa pedagang membeli tomat dari petani pada harga di tingkat petani sebesar Rp 5.000,- per kilogram. Pedagang itu mengemas tomat dalam kotak-kotak kayu yang didaur ulang berisi 10 kg dan kemudian membawanya ke pasar induk untuk dijual kepada para pedagang eceran dengan harga jual rata-rata Rp 9.000,- per kg. Pedagang kehilangan sebanyak 10 persen, sehingga mereka menjual hanya 0.9 kg dari setiap kilogram yang dibeli.

Keuntungan kotor pedagang dihitung sebagai berikut .....

	Per kilogram pembelian
Pembelian tomat dari petani (1 kg x Rp 5.000,-)	Rp 5.000,-
Pengepakan (Rp 5.000,- : 10 kg kotak)	500,-
Upah buruh oleh pedagang pasar induk untuk pengepakan, pemuatan dan pembongkaran	200,-
Transport ke pasar induk (Rp 15.000,- per kotak : 10 kg)	1.500,-
Biaya selama perjalanan, seperti pajak lintas daerah	100,-
Ongkos pasar	100,-
Ongkos agen pasar	200,-
Biaya total	Rp 7.600,-
Jumlah terjual (0,9 kg x harga jual rata-rata Rp 9.000 per kg)	Rp 8.100,-
Keuntungan kotor pedagang	Rp 500,-

6 Menggunakan informasi pasar untuk memperoleh harga-harga yang lebih baik

Isi-isi pokok Bab 6

Menggunakan informasi pasar untuk memperoleh harga-harga yang lebih baik

Pasar petani dapat menggunakan informasi pasar untuk.....

- ***Memeriksa harga yang mereka terima bila hasil produk dikirim ke pasar induk***

  - *Apakah pedagang pasar induk memberikan harga yang baik untuk petani ?*
  - *Apakah pedagang pasar induk berlaku jujur ?*
  - *Apa alasan-alasan lain yang menyebabkan harga di tingkat petani lebih rendah daripada yang dilaporkan oleh LIP?*

- ***Memeriksa harga yang mereka terima bila hasil produk dijual ke pasar lokal***

  - *Apakah petani mendapatkan harga yang sama, atau lebih baik, daripada petani yang lain ?*

Mungkin ada alasan-alasan mengapa petani tidak memperoleh harga seperti yang dinyatakan oleh LIP.....petani perlu mencari tahu mengapa hal ini dapat terjadi.

Para penyuluh harus dapat membantu para petani menghitung biaya-biaya pemasaran

- ***Mengikuti kecenderungan harga***
  - *Jika LIP melaporkan bahwa harga-harga akan naik petani dalam posisi yang lebih kuat untuk bernegosiasi dengan para pedagang*

- ***Menghitung harga di tingkat petani***
  - *Dengan mengetahui biaya-biaya pemasaran (lihat Bab 5) para penyuluh dan petani dapat mengkonversi harga yang dinyatakan oleh LIP menjadi harga di tingkat petani atau harga pasar lokal yang lebih realist*

MEMPEROLEH HARGA YANG LEBIH BAIK

Kemampuan seorang petani untuk bernegosiasi dengan pedagang terutama tergantung kepada upaya sejumlah pedagang yang bersaing di wilayah petani. Jika hanya ada satu pedagang, maka keleluasaan untuk bernegosiasi dalam jangka pendek terbatas. Jika ada beberapa pedagang keleluasaan menjadi lebih besar, terutama sekali jika para pedagang berkumpul pada suatu pasar pengumpul.

Para petani dapat menggunakan informasi pasar untuk memperoleh harga-harga yang lebih baik dengan cara yang berbeda-beda. Mereka dapat :

- Memeriksa *harga-harga yang sebenarnya diterima;*
- Mengikuti *kecenderungan harga;*
- Menghitung *harga di tingkat petani.*

Memeriksa harga sebenarnya

Para petani yang mengirim langsung hasil produknya ke pasar induk, sebagaimana dibahas dalam Bab 2, menggunakan laporan LIP untuk memeriksa apakah harga-harga yang mereka terima sesuai dengan harga-harga pasar secara keseluruhan. Jika tidak sesuai dengan yang sebenarnya mereka perlu mencari tahu mengapa hal itu terjadi dan bertanya kepada agen pasar induk untuk mendapat penjelasan. Dalam setiap harinya kemungkinan variasi harga cukup besar antara harga-harga yang diterima oleh masing-masing petani dengan harga-harga pasar yang dilaporkan. Namun demikian, setelah beberapa minggu variasi ini akan berkurang, sehingga, seorang petani akan mengharapkan untuk memperoleh harga yang sama dengan yang dilaporkan oleh LIP dikurangi, tentu saja, biaya pemasaran.

Jika harga-harga di tingkat petani secara konsisten di bawah harga-harga pasar yang dilaporkan, pedagang pasar induk mungkin dapat memberikan beberapa penjelasan. Penjelasan yang mungkin diberikan telah dibahas pada Bab 5. Mungkin hasil produk petani pada hari itu terlambat datang dan mungkin terjual pada sore harinya ketika harga lebih rendah atau pada pagi hari berikutnya ketika hasil produk yang lebih segar datang untuk bersaing. Mungkin jenisnya termasuk kualitas yang biasanya memperoleh harga yang lebih rendah. Mungkin kualitasnya tidak baik atau petani mencampurkan beberapa kualitas yang berbeda ke dalam satu kemasan. Mungkin hasil produk rusak dalam perjalanan dan petani sesungguhnya perlu memperbaiki kualitas kemasannya. Dapat pula, tentu saja, pedagang grosir yang berlaku tidak jujur. Bagaimanapun, seorang petani sesungguhnya tidak dapat membentuk opini tentang hal ini tanpa mengunjungi pasar, menilai kondisi hasil produknya ketika sampai di pasar, memperhatikan bagaimana dan kapan hasil produknya itu dijual dan membandingkan hasil produknya dengan yang dikirim oleh petani lain. Hal ini dapat membantu petani dalam mendiskusikannya dengan para pedagang pasar yang lain selain mitra dagangnya.

Mengikuti kecenderungan harga

Apabila laporan suatu radio LIP, misalnya, pada hari Rabu malam, memberitahukan harga di pasar induk perkotaan naik, maka para petani yang menjual kepada para pedagang di pasar-pasar pengumpul harus dapat mendesak bahwa harga jual yang mereka peroleh pada hari Kamis pagi seharusnya naik juga.

Namun, para petani yang mendesak harga yang lebih baik tersebut harus telah menjual hasil produksi mereka ke pasar pengumpul pada hari Selasa (ketika para pedagang mungkin membeli hasil produk untuk dijual ke pasar induk pada hari Rabu) atau harus mempunyai ide yang baik tentang harga yang ditawarkan oleh pedagang pada hari Selasa dan Rabu. Pelayanan penyuluhan setempat barangkali dapat membantu para petani dengan cara memantau harga-harga harian di pasar pengumpul dan menginformasikan harga-harga tersebut di papan pengumuman yang ditempatkan di jalan masuk pasar pengumpul. Walaupun kegiatan semacam ini mungkin melibatkan banyak pekerjaan bagi seorang penyuluh, namun dinas penyuluhan di tingkat regional atau provinsi yang

berkantor di kota yang sama dengan pasar pengumpul, dapat mempertimbangkan bantuan dengan cara tersebut.

Harga-harga harian atau mingguan di pasar pengumpul dapat juga digambarkan dalam bentuk bagan dan dibandingkan dengan harga harian atau mingguan pada pasar induk (lihat contoh). Dengan cara ini para petani akan memperoleh ide yang lebih baik tentang hubungan antara harga yang diberitakan di radio dengan harga-harga yang mungkin mereka terima.

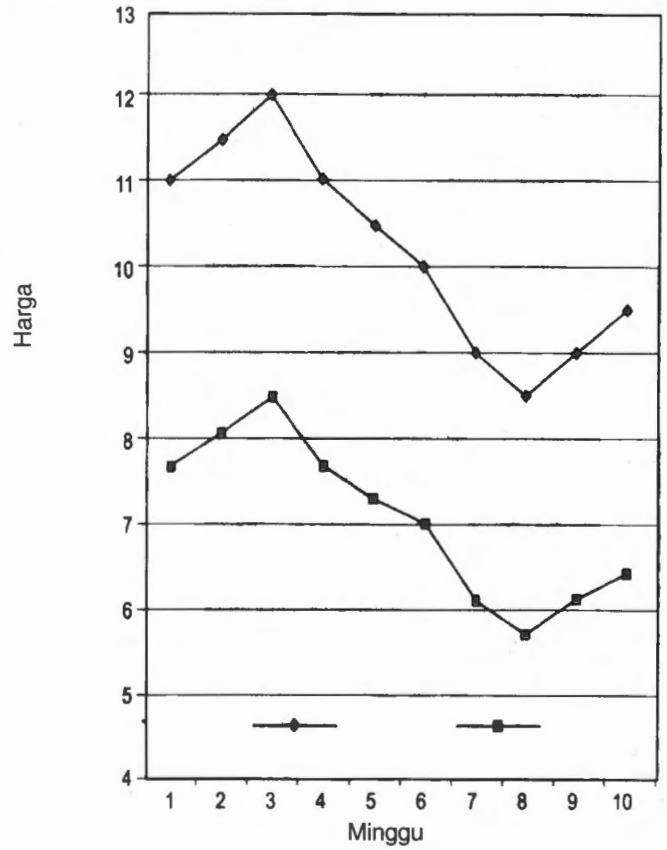
Menghitung harga di tingkat petani

Para petani yang tidak mempunyai kesempatan untuk menjual langsung ke pasar-pasar induk atau pasar pengumpul lokal, tetapi sebagai gantinya, menjual kepada para pedagang yang berkunjung ke usahatani mereka, harus dapat melakukan beberapa penghitungan agar dapat bernegosiasi dengan berhasil. Mereka perlu tahu, pertama, apa hasil produk mereka yang mungkin untuk dijual ke pasar induk dan, kedua, apa saja biaya-biaya pemasaran yang dibebankan kepada oleh pedagang. Sebagai catatan dalam Bab 5, hal ini merupakan bagian penting yang dapat dibantu oleh para penyulu.

Contoh

Perkiraan Harga

Jika LIP menyiarkan bahwa harga pasar induk sebesar Rp 100.000,- para petani dapat melihat bagan untuk mengetahui berapa harga terakhir di pasar pengumpul ketika harga pasar di perkotaan sebesar Rp 100.000,-. Jika, sebagai contoh, harga di pasar pengumpul tersebut Rp 70.000,-, maka mereka dapat menggunakan harga tersebut sebagai batas minimal yang mereka ingin peroleh dalam bernegosiasi dengan para pedagang.



Bab 5, merupakan bab yang penting, karena meliputi wilayah yang dapat dibantu oleh para penyuluh.

Namun sayang, seringkali tidak mungkin untuk membuat perkiraan biaya-biaya pemasaran dan keuntungan secara rinci. Boleh jadi kita dapat mengembangkan gagasan umum tentang kemungkinan biaya-biaya pedagang, tapi harus selalu diingat bahwa biaya-biaya ini dapat berubah secara cepat. Sebagai contoh, bagian terbesar dari biaya adalah biaya angkutan. Namun demikian biaya transpor sangat bergantung kepada berapa jumlah hasil produk yang diangkut. Jika seorang pedagang harus ke pasar dengan truk setengah kosong, biaya angkutan per kg akan menjadi dua kali lipat daripada jika truk itu diisi penuh. Dengan demikian, ketika jumlah hasil produk yang ditawarkan hanya terbatas dan harga-harga pasar bergerak naik, hal ini bisa juga disebabkan oleh naiknya biaya pemasaran, begitu pula sebaliknya.

Meskipun demikian, seorang petani yang mengetahui tentang harga-harga di pasar induk dan perkiraan biaya-biaya pemasaran yang dibebankan kepada pedagang, berada dalam posisi yang lebih baik untuk bernegosiasi daripada seorang petani yang tidak memiliki gagasan sama sekali. Para penyuluh dapat membantu para petani dengan memperkirakan kemungkinan besar keuntungan yang diminta oleh pedagang dan dengan memperbaharui informasi bilamana memungkinkan.

7 Menggunakan Informasi Pasar Untuk Merencanakan Produksi

Isi-isi pokok Bab 7

Menggunakan informasi pasar untuk merencanakan produksi

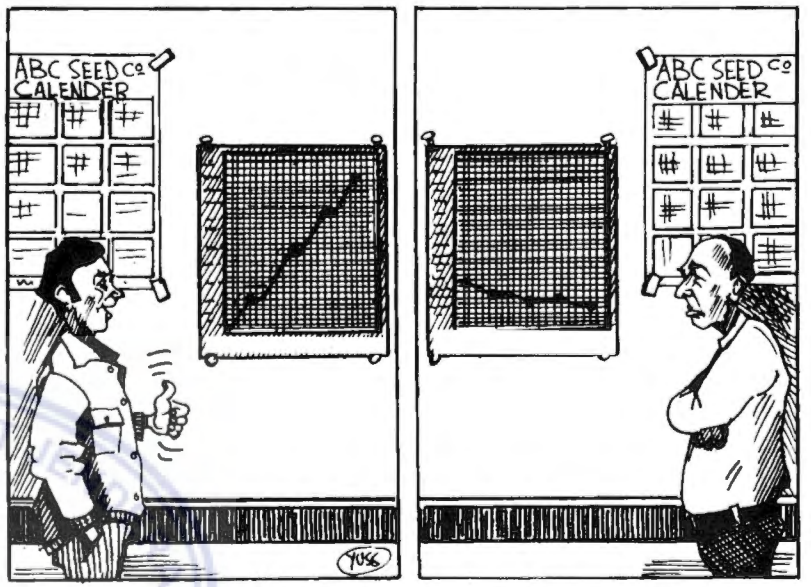
Kegiatan yang perlu dilaksanakan oleh para penyuluh sebelum mereka dapat memberi saran kepada para petani, meliputi.....

- *Memetakan pergerakan harga dari informasi yang diberikan oleh LIP*
- *Mengawasi inflasi*

Kemudian mereka dapat membantu petani untuk.....

- *Memutuskan apakah menanam tanaman baru dan kapan melakukannya*
- *Memutuskan apakah menanam tanaman yang telah ada pada waktu-waktu yang berbeda dalam setahun*
- *Memutuskan apakah menyimpan hasil panen atau tidak*

Mengawasi inflasi adalah penting dan seringkali dapat menghasilkan gambaran kecenderungan harga yang sangat berbeda



Hal yang penting diperhatikan sebelum menganekaragamkan dengan tanaman baru adalah memastikan bagaimana tanaman tersebut akan dipasarkan

Para penyuluh pertanian juga perlu mempelajari tentang .....

- *Bagaimana membudidayakan tanaman baru*
- *Menghitung keuntungan*
- *Sumber-sumber benih atau bibit tanaman jenis baru tersebut*
- *Tanaman-tanaman di luar musim yang cocok*
- *Teknik produksi di luar musim dan pembiayaan yang diperlukan*
- *Biaya penyimpanan*

Sementara banyak petani dapat menggunakan informasi pasar untuk melakukan negosiasi dengan para pedagang, hanya sedikit, jika ada petani kecil yang dapat membuat penghitungan yang diperlukan untuk mengambil keputusan apakah mereka harus menanam tanaman-tanaman yang berbeda atau tanaman yang telah ada pada suatu waktu yang berbeda. Untuk ini mereka memerlukan bantuan dari para penyuluh, LSM atau lainnya. Beberapa penghitungan itu mungkin terlalu rumit bahkan untuk para penyuluh, dan yang terbaik adalah yang dilakukan oleh LIP itu sendiri, atau oleh kantor pusat dinas penyuluhan.

KEGIATAN – KEGIATAN UNTUK MENDUKUNG PERENCANAAN PRODUKSI

Beberapa kegiatan yang perlu dilakukan, baik di tingkat lokal atau nasional, agar petani menggunakan informasi pasar untuk perencanaan produksi, adalah:

- memetakan pergerakan harga;
- mengawasi inflasi.

Memetakan pergerakan harga

Para penyuluh dapat membantu para petani dengan memetakan pergerakan harga-harga berbagai hasil tanaman yang dibudidayakan di wilayah mereka. Hal ini dapat dilakukan secara mingguan, menggunakan informasi harga yang disiarkan oleh LIP. Jika LIP menerbitkan laporan tahunan pemetaan ini dapat pula dilakukan setiap tahun ketika laporan-laporan itu telah tersedia. Masalah dalam hal ini adalah bahwa banyak LIP tidak menerbitkan laporan-laporan tahunan dan, bilamana laporan-laporan itu dibuat, seringkali sangat terlambat.

Dengan meningkatnya ketersediaan komputer-komputer, bagan atau grafik, kecenderungan harga dapat disiapkan dengan mudah. Bagaimanapun, hal ini boleh jadi memerlukan waktu beberapa tahun sebelum komputer-komputer secara luas tersedia di kantor-kantor sebagian besar penyuluh pertanian. Dengan demikian, cara yang lebih tradisional untuk mempersiapkan bagan akan digunakan oleh banyak orang.

Memetakan pergerakan harga di atas kertas grafik relatif sederhana. Sebuah garis yang digambar di bagian bawah kertas (dikenal sebagai sumbu "X") dapat dibagi dalam 52 titik dengan jarak yang sama, satu titik untuk setiap minggu dalam satu tahun. Sebuah garis ke atas pada bagian kiri (sumbu "Y") dapat digunakan untuk menunjukkan harga-harga. Untuk menghindari seringnya harga-harga "keluar dari halaman atas grafik" nilai-nilai harga untuk sumbu tersebut dapat dihitung sebagai berikut. Ambil harga maksimal tahun yang lalu dan masukkan sebuah skala harga sehingga harga maksimal akan terpetakan pada suatu tempat antara setengah dan tiga perempat bagian halaman atas, sehingga ada sisa tempat di halaman atas untuk judul bagan dan untuk menampung perubahan harga maksimal yang lebih tinggi tahun ini. Jika terjadi inflasi yang berbeda secara nyata, maka akan perlu dilakukan

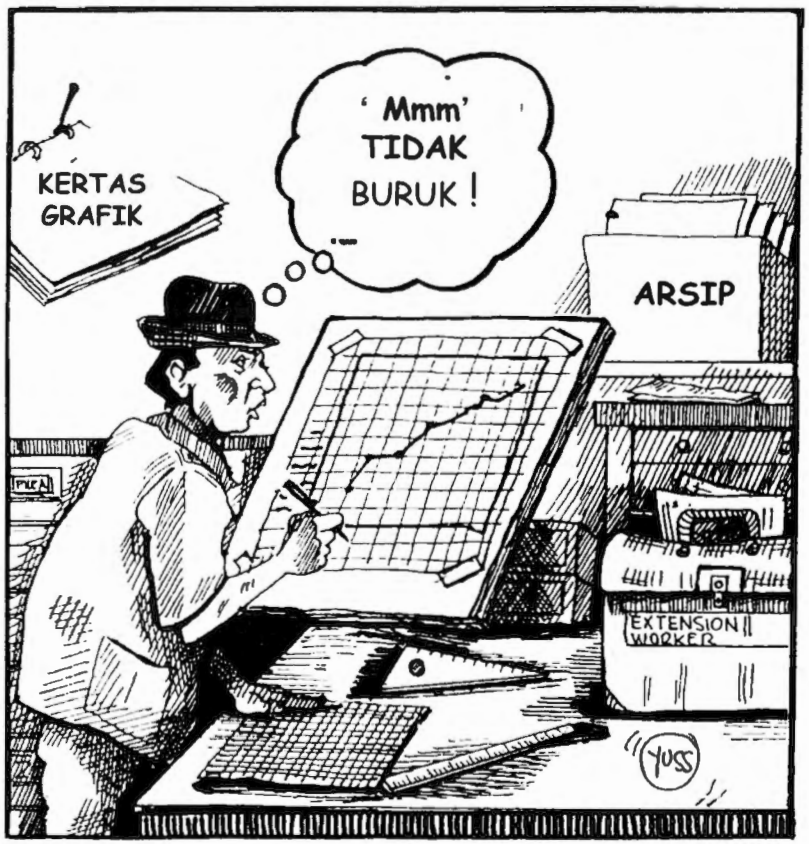
pengaturan kembali skala (penyesuaian) (sebagai contoh, jika harga tertinggi tahun lalu Rp 180.000,- tetapi negara itu telah mengalami inflasi 100 persen, maka harga tertinggi pada tahun itu sekurang-kurangnya Rp. 360.000,- akan dimungkinkan)

Skala-skala harga pada sumbu "Y" harus dipilih untuk menempatkan harga-harga dengan cara semudah mungkin. Harga maksimal yang diharapkan harus dibulatkan menjadi suatu angka, yang bila dibagi dengan jumlah garis horisontal pada halaman tersebut, menghasilkan angka yang dapat dengan mudah ditempatkan.

Sebagai contoh, jika ada 200 penggalan garis pada sebelah kiri sumbu, maka :

- Jika harga maksimal yang diharapkan adalah Rp. 36.000,- buatlah harga maksimal pada sumbu "Y" sebesar Rp. 40.000,- sehingga setiap penggalan (bagian) garis mewakili Rp. 200,-.
- Jika harga maksimal yang diharapkan adalah Rp. 13.500,- buatlah harga maksimal pada sumbu "Y" sebesar Rp. 20.000,- sehingga setiap penggalan garis mewakili Rp. 100,-.
- Jika harga maksimal yang diharapkan adalah Rp. 27.000,- buatlah harga maksimal pada sumbu "Y" sebesar Rp. 40.000,- sehingga setiap penggalan garis mewakili Rp. 200,-

Catatan : Jika bagan pergerakan harga dibuat tersedia di kantor-kantor penyuluhan, bagan-bagan tersebut dapat

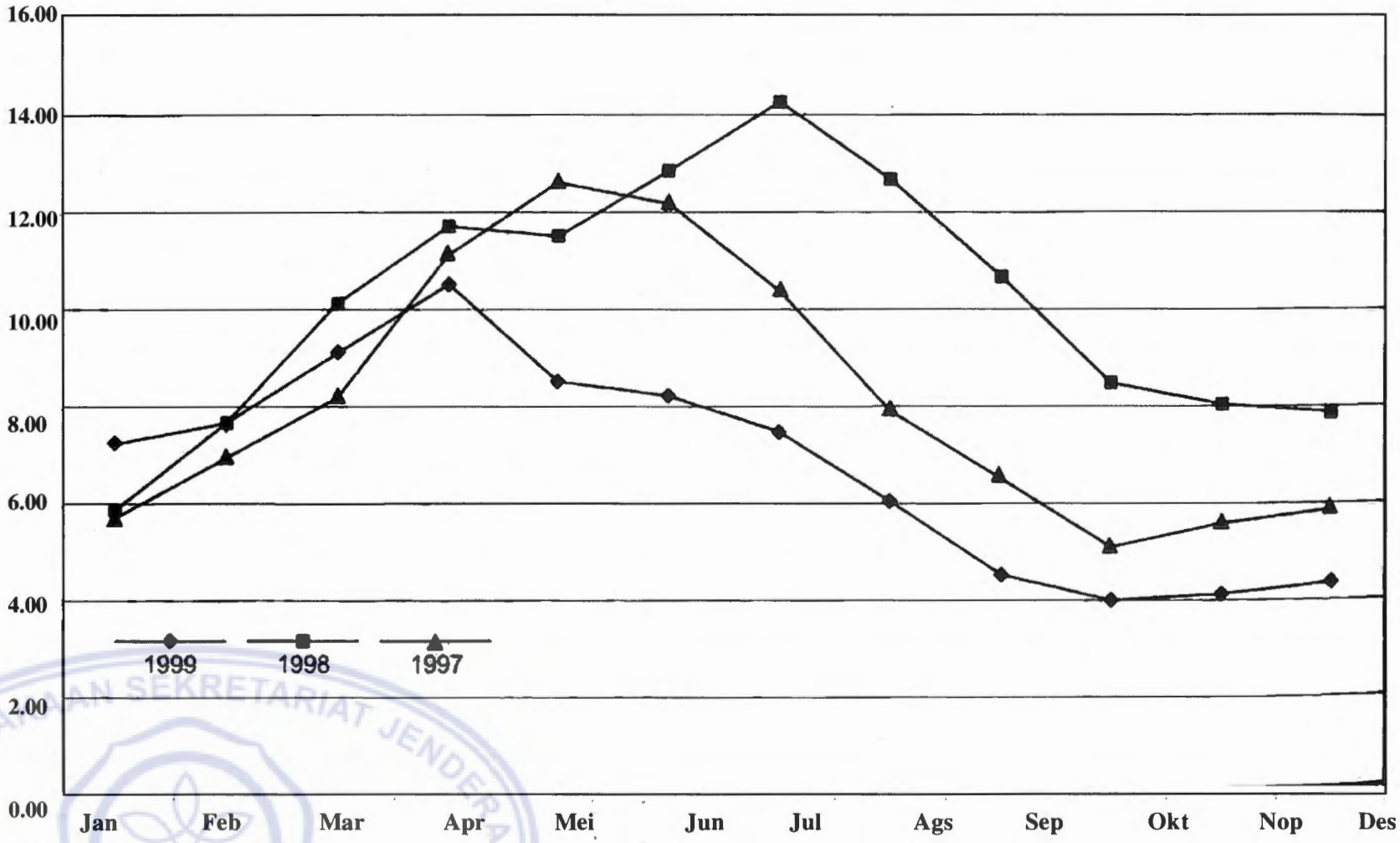


Para penyuluh dapat membantu para petani dengan memetakan grafik kecenderungan harga

dijadikan bahan konsultasi oleh para petani yang ingin melihat bagaimana perilaku harga-harga pada tahun-tahun sebelumnya dan bagaimana pula perilaku harga-harga tersebut pada tahun ini.

Gambar 4

Gambaran harga-harga sepanjang beberapa tahun



Untuk para petani yang tertarik pada pergerakan harga musiman, akan dapat bermanfaat jika harga-harga untuk beberapa tahun dipetakan pada grafik yang sama (lihat Gambar 4). Pembuatan grafik yang terbaik dilakukan dengan menggunakan warna yang berbeda-beda untuk setiap tahun guna menghindari kebingungan ketika garis-garis tersebut menyilang satu sama lain. Para petani boleh berharap bahwa, kadang-kadang karena faktor yang tidak biasa, mereka akan menghasilkan uang lebih banyak dari pada yang diharapkan. Namun demikian, perencanaan mereka harus dilakukan berdasarkan kepada kondisi tahun yang normal. Walaupun begitu, ketika berdiskusi dengan para petani tentang harga tahunan yang dipetakan pada bagan, para penyuluh tidak boleh gagal untuk menarik perhatian mereka kepada tahun-tahun dengan kecenderungan harga yang secara jelas tidak biasa dan tidak mewakili kondisi normal, sehingga para petani memahami resiko-resiko yang dapat terjadi sebagai contoh, akibat musim yang tidak normal atau faktor-faktor abnormal lainnya.

Mengawasi inflasi

Secara tidak beruntung, banyak negara yang secara terus-menerus mengalami kenaikan harga secara cepat dan para penyuluh harus mengingatkan kembali hal ini ketika memberi saran-saran kepada para petani tentang jenis tanaman yang akan di budidayakan, tentang apakah perlu menyimpan dan tentang kapan menjual ke pasar. Banyak petani menghadapi masalah-masalah dalam memahami pengertian inflasi dan dalam menyadari bahwa walaupun harga yang mereka peroleh untuk hasil panen mereka bergerak naik, keadaan mereka tidak tentu menjadi lebih baik. Dalam kenyataannya, inflasi dapat membalik kegiatan yang tampaknya menguntungkan menjadi merugikan.

Sebagai contoh, coba perhatikan kasus para petani padi yang mempunyai dua pilihan dalam menjual padi mereka. Mereka dapat menjual kepada seorang pedagang atau kepada perusahaan penggilingan padi yang akan membayar Rp1.000.000,- per ton secara tunai sekarang atau menjual kepada seorang pedagang yang akan membayar Rp1.100.000,- dalam kurun waktu dua bulan. Namun demikian, jika besar inflasi lima persen per bulan, maka harga yang "nyata", atau yang disesuaikan dengan besar inflasi, (lihat Kotak 5) harga dalam kurun waktu dua bulan sedikit kurang dari Rp 1.000.000,-. Dengan begitu tidak ada alasan bagi petani untuk menjual kepada pedagang kedua karena pedagang tersebut tidak menawarkan harga yang lebih tinggi dalam arti yang sesungguhnya.

Dalam kasus petani merencanakan untuk memproduksi di luar musim, mereka dapat berkonsultasi mengenai grafik harga di kantor penyuluhan dan mencatat bahwa, harga pada bulan Januari 2000 adalah Rp. 40.000,- per kilogram sedangkan harga pada bulan Juli 2000 adalah Rp. 60.000,- per kilogram. Walaupun mereka mengetahui bahwa biaya produksi mereka akan sedikit lebih tinggi pada bulan Juli dari pada Januari, mereka boleh memutuskan, berdasarkan grafik harga, bahwa pada tahun 2001 mereka akan mencoba untuk membudidayakan tanaman agar panen pada bulan Juli, bukan Januari. Bagaimanapun, jika inflasi di suatu

negara sedemikian rupa hingga harga-harga menjadi berlipat dua setiap tahun setelah itu, diperkirakan harga-harga antara bulan Januari dan Juli akan bergerak naik separuhnya (50 %). Dengan demikian, harga "yang sesungguhnya" adalah sama dan para petani akan rugi karena biaya produksi menjadi lebih tinggi.

Kotak 4
Pengertian inflasi

Karena para petani seringkali sulit untuk memahami pengertian inflasi, para penyuluh dapat membantu mereka memahaminya dengan menghubungkan antara harga-harga di tingkat petani dengan biaya untuk membudidayakan tanaman tersebut. Sebagai contoh, jika para petani menjual padinya Rp1.000.000,- pada bulan Mei, berapa zak pupuk yang akan dapat mereka beli dengan uang tersebut? Berapa banyak yang akan dapat mereka beli pada bulan November? Inflasi menyebabkan mereka akan dapat membeli lebih sedikit pada bulan November daripada Mei.

Untuk mengawasi inflasi (yaitu, deflasi) adalah perlu untuk memiliki gambar Indeks Harga Konsumen yang mutakhir, atau jika tersedia Indeks Harga Pedesaan. Biasanya indeks harga ini disediakan oleh kantor statistik pemerintah tetapi masalahnya adalah bahwa informasi ini seringkali tidak tersedia dalam bentuk terbitan untuk beberapa bulan atau bahkan tahunan setelah indeks dihitung. Walaupun informasi tersedia secara cepat, sulit bagi perorangan penyuluh untuk menahannya. Dinas penyuluhan pemerintah dapat mempertimbangkan untuk menyebarkan informasi tersebut: atau alternatif lain LIP dapat melakukannya.

Adalah penting bahwa informasi tentang inflasi tersedia secara bulanan. Jika angka inflasi tahunan digunakan untuk melakukan deflasi harga-harga bulanan hal ini akan menyebabkan ketidaktepatan yang besar dan makin tinggi laju inflasi makin besar pula ketidaktepatannya. Jika mereka mempunyai informasi bulanan tentang inflasi dan harga-harga, para penyuluh dapat melakukan deflasi harga-harga tanpa banyak kesulitan, sepanjang mereka membawa alat penghitung (kalkulator). Tekniknya adalah dengan menetapkan tanggal dasar, sebagai contoh, 1 Januari 1999 dan lakukan deflasi seluruh harga mulai tanggal tersebut dan seterusnya. Gambar 5 memperlihatkan bagaimana hal itu dilakukan.

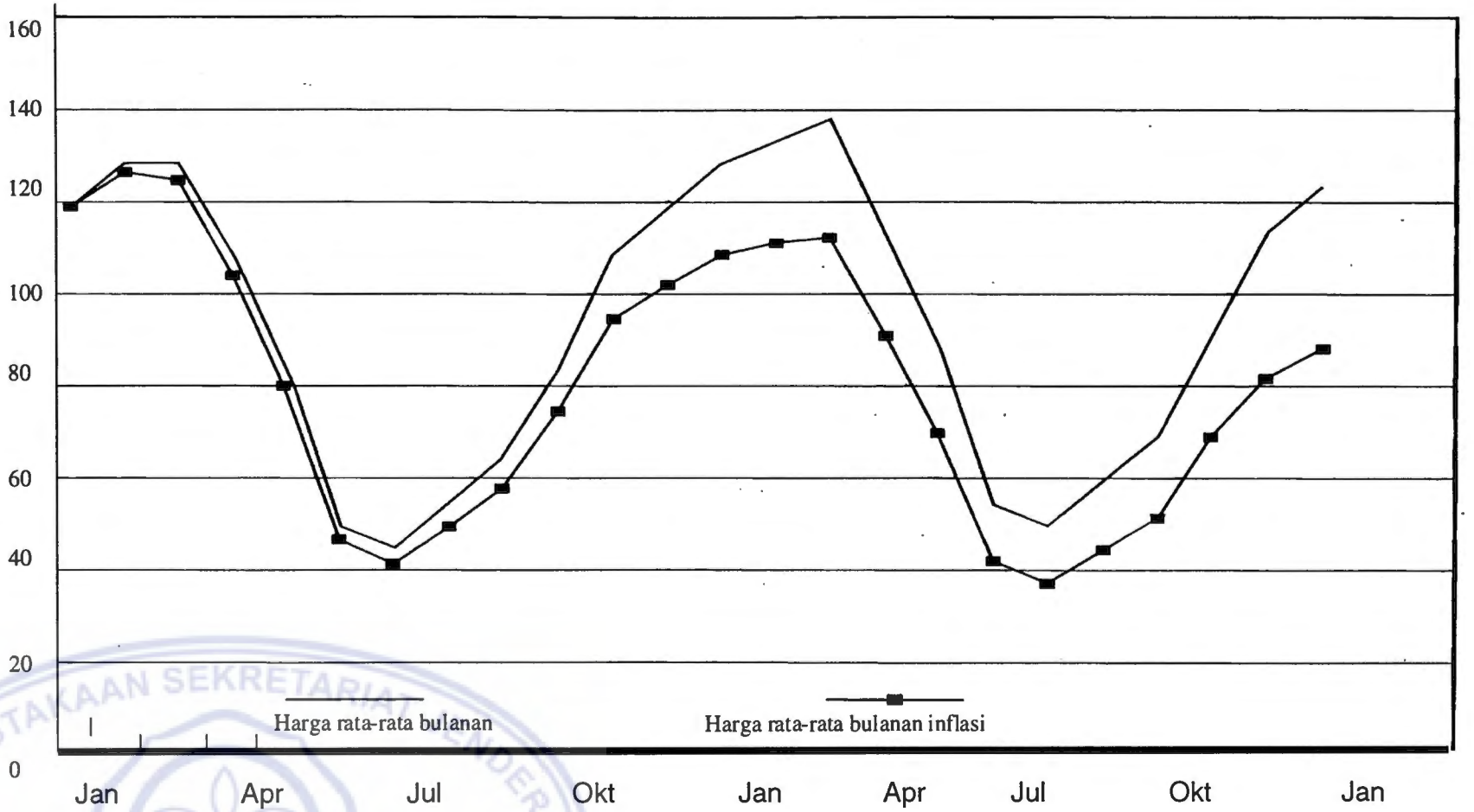
Gambar 5

Mengawasi inflasi menggunakan Indeks Harga Konsumen (IHK)

	(a) Harga produk rata-rata bulanan	(b) Indeks Harga Konsumen (IHK) (1980 = 100)	(c) IHK dibagi dengan IHK Januari 1999	Harga rata-rata bulanan yang disesuaikan (a:c)
Jan	120	500	1.0	120.0
Feb	130	507	1.014	128.2
Mar	130	515	1.03	126.2
Apr	110	520	1.04	105.8
Mei	85	528	1.056	80.5
Jun	50	535	1.07	46.7
Jul	45	540	1.08	41.7
Agus	55	550	1.1	50.0
Sep	65	557	1.114	58.3
Okt	85	565	1.13	75.2
Nop	110	575	1.15	95.7
Des	120	582	1.164	103.1
Jan	130	590	1.18	110.2
Feb	135	600	1.2	112.5
Mar	140	615	1.23	113.8
Apr	115	626	1.252	91.9
Mei	90	640	1.28	70.3
Jun	55	653	1.306	42.1
Jul	50	665	1.33	37.6
Agus	60	672	1.344	44.6
Sep	70	675	1.35	51.9
Okt	95	685	1.37	69.3
Nop	115	695	1.39	82.7
Des	125	700	1.4	89.3

Catatan: Lihat Gambar 6 untuk informasi yang disajikan dalam bentuk grafik

Gambar 6
Pengaruh inflasi pada harga-harga (dari Gambar 5)



Kotak 5

Inflasi dan penyimpanan

Pikirkan posisi seorang petani jagung Afrika yang memanen jagung pada bulan Mei. Petani tersebut mempunyai pilihan untuk segera menjual jagung, atau menyimpannya sampai dengan November ketika harga-harga diharapkan bergerak jauh lebih tinggi :

Harga jagung pada bulan Mei adalah:	Rp. 1.000.000,-
Harga jagung pada bulan November adalah:	1.500.000,-
Besar kenaikan harga adalah :	500.000,-
Biaya penyimpanan petani untuk 6 bulan adalah:	200.000,-
Keuntungan petani dari penyimpanan adalah :	Rp. 300.000,-

Dalam contoh di atas tampak bahwa penyimpanan merupakan suatu gagasan yang baik. Kendati demikian, jika sekarang kita hitung harga "yang sesungguhnya", maka gambaran yang terjadi berubah secara dramatis.

Jika untuk contoh di atas diasumsikan inflasi sekitar 60 % setahun dan dalam periode bulan Mei - November harga-harga naik sebesar 30 %. Maka:

Harga jagung pada bulan Mei adalah:	Rp 1.000.000,-
Harga jagung pada bulan November adalah:	1.500.000,-
Harga jagung "yang sesungguhnya" pada bulan November adalah:	1.150.000,-
Kenaikan harga "yang sesungguhnya" adalah:	150.000,-
Biaya penyimpanan petani untuk 6 bulan adalah:	200.000,-
Kerugian petani dari penyimpanan adalah:	Rp 50.000,-

Dengan demikian yang penting adalah bahwa inflasi harus diperhitungkan ketika memberi nasehat kepada para petani untuk menyimpan atau tidak.

Catatan : Harga "yang sesungguhnya" dihitung dengan membagi harga saat ini dengan besar kenaikan harga-harga ditambah 1 juta. Hasilnya kemudian dikalikan 100. Karena itu, dengan 30 % inflasi, harga "yang sesungguhnya" adalah (Rp. 1.500.000,-: 1.300.000,-) x 100 atau Rp. 1.150.000,-.

MEMBERI SARAN-SARAN KEPADA PARA PETANI MENGENAI PRODUKSI

Menyediakan informasi harga pasar jangka panjang yang akurat kepada para petani adalah penting untuk memungkinkan mereka membuat keputusan-keputusan tentang apa yang akan mereka produksi, kapan panen dan apakah melakukan penyimpanan. Kendati demikian, semua informasi tersebut akan menjadi percuma jika para petani tidak mempunyai juga informasi yang tersedia tentang :

- bagaimana membudidayakan tanaman-tanaman baru yang mungkin menawarkan harga pasar yang baik;
- keuntungan membudidayakan tanaman-tanaman itu;
- dimana membeli benih tanaman-tanaman baru dan varietas-varietas baru;
- teknik-teknik yang diperlukan, dan biaya tambahan untuk melakukan produksi di luar musim;
- biaya konstruksi dan operasional gudang;
- penanganan pasca panen dan pengepakan tanaman-tanaman baru;
- dalam kasus tanaman-tanaman yang permintaannya terbatas, perlu diketahui berapa jumlah yang bisa terjual.

Informasi mengenai hal-hal di atas sebagian besar bergantung kepada keadaan setempat dan tidak dapat tercakup dalam Buku Petunjuk ini. Walaupun begitu, para penyuluh perlu memastikan bahwa mereka memiliki informasi tersebut sebelum mendorong para petani untuk mencoba sesuatu yang baru, yang mungkin beresiko kegagalan.

MERENCANAKAN PRODUKSI DAN PEMASARAN

Jika data harga-harga berbagai tanaman tersedia untuk beberapa tahun, maka hal ini memungkinkan para petani menggunakan informasi tersebut untuk membantu :

- memutuskan apakah akan membudidayakan tanaman-tanaman baru dan kapan;
- memutuskan apakah akan membudidayakan tanaman yang sudah ada pada waktu-waktu yang berbeda dalam satu tahun;
- memutuskan apakah akan menjual segera setelah panen atau menyimpannya dengan harapan harga-harga akan naik.

Merencanakan membudidayakan tanaman-tanaman baru

Para petani mungkin menyadari bahwa pendapatan mereka dari tanaman-tanaman yang telah ada tidak memuaskan. Hal ini mungkin disebabkan oleh perubahan-perubahan dalam kebijakan pemerintah yang berakibat produksi tidak lagi disubsidi. Mungkin juga hal ini disebabkan oleh terlalu banyaknya petani lain yang selama ini telah membudidayakan tanaman tersebut dan harganya menjadi turun. Mungkin juga karena faktor-faktor lingkungan seperti menurunnya kesuburan tanah atau perubahan iklim yang menyebabkan suatu tanaman tidak dapat lagi diusahakan secara ekonomis. Kemungkinan besar lagi, para petani secara sederhana ingin memperbaiki posisi keluarga mereka dengan menambah pendapatan dan oleh karenanya ingin menemukan tanaman-tanaman yang dapat memberikan hasil yang lebih baik kepada mereka.

Dengan bantuan para penyuluh dan petugas lain, para petani dapat mengidentifikasi tanaman-tanaman yang cocok untuk daerah mereka. Mereka kemudian perlu menyusun biaya-biaya produksi mereka. Dengan merujuk informasi tentang harga-harga pasar tahun-tahun sebelumnya mereka dapat memperkirakan berapakah kiranya mereka dapat menjual tanaman-tanaman baru tersebut. Kemudian mereka dapat membandingkan harga-harga itu dengan biaya-biaya produksi dan melihat apakah akan lebih menguntungkan untuk membudidayakan tanaman baru atau melanjutkan budidaya tanaman yang telah ada. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan Analisa Keuntungan Kotor *(Gross Margin Analysis),* seperti yang digambarkan pada *Gambar 1.*

Satu masalah dalam pendekatan ini adalah jika para petani berpikir untuk membudidayakan tanaman-tanaman yang sebelumnya tidak pernah dibudidayakan di daerah mereka, mereka hanya mempunyai sedikit informasi tentang biaya-biaya pemasaran. Masalah yang lebih besar lagi jika tanaman-tanaman tersebut sebelumnya tidak pernah dibudidayakan adalah bahwa boleh jadi tidak ada seorang pedagangpun yang berminat untuk membelinya. Dalam hal ini para penyuluh dapat memainkan peran penting dalam menghubungi pedagang; baik mereka yang membeli tanaman baru tersebut dari daerah lain atau para pembeli tanaman yang telah ada namun boleh jadi tertarik untuk membeli sesuatu yang baru. Jika tidak demikian, maka para petani dapat menemukan bahwa mereka tidak mempunyai seseorangpun untuk menjual tanaman baru.

Memroduksi di luar musim

Produksi tanaman di luar musim hanya berhasil bila tanaman tersebut tidak dapat disimpan. Hanya ada keuntungan kecil saja dalam mencoba memproduksi tanaman-tanaman pokok seperti jagung dan beras pada waktu yang berbeda dari para petani lain, sebab hasil produksi tersebut tersedia sepanjang tahun. Dengan demikian produksi di luar musim biasanya dilakukan terhadap produk hortikultura yang bersifat mudah rusak.

Perencanaan petani untuk melakukan produksi di luar musim perlu melihat kecenderungan harga musiman pada beberapa tahun terakhir. Dinas-dinas penyuluhan dapat membantu dengan menyediakan informasi, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4 dan, kemungkinan dengan data deflasi harga-harga selama periode 3 – 5 tahun. Hal ini akan memberikan petunjuk kepada para petani tentang rata-rata pergerakan harga-harga musiman.Namun demikian, perlu hati-hati bahwa pola harga tidak selalu berubah secara nyata, sebagai contoh, karena sebagian besar petani juga mulai memproduksi di luar musim.

Para petani kemudian perlu memutuskan kapan waktu panen mereka. Keputusan ini dapat didasarkan kepada kapan harga-harga kelihatan menarik tapi mereka juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain. Hal-hal ini dapat meliputi:

- apakah iklim (dan diiringi oleh hama dan penyakit) menyulitkan untuk menanam tanaman-tanaman untuk di panen pada waktu tersebut?
- akankah waktu panen yang direncanakan tersebut bertepatan dengan waktu panen anaman-tanaman lainnya ?
- akankah waktu panen yang direncanakan bertepatan dengan kewajiban-kewajiban sosial dan keluarga menurut hukum dan adat setempat?

Begitu petani memutuskan waktu panen yang mereka inginkan mereka selanjutnya harus memperoleh informasi tentang kemungkinan biaya-biaya produksi. Mereka mengetahui berapa besar biaya yang diperlukan untuk membudidayakan tanaman dalam musim utamanya, tetapi tidak tahu berapa besar biaya untuk produksi di luar musim. Biaya-biaya akan menjadi lebih tinggi karena:

- hasil mungkin lebih rendah;
- modal yang diinvestasikan, misalnya, pipa plastik untuk saluran irigasi mungkin dibutuhkan ;
- keperluan tenaga kerja untuk persiapan lahan atau penyiangan, sebagai contoh, mungkin lebih besar;
- input tambahan seperti pestisida dan herbisida mungkin di perlukan.

Para penyuluh, oleh karena itu, harus mampu menyediakan, atau paling tidak mengetahui dimana memperoleh informasi-informasi di atas, dan membantu dalam menghitung biaya-biaya produksi tanaman-tanaman baru. Begitu biaya-biaya produksi dihitung, penyuluh dan petani kemudian dapat kembali kepada bagan harga dan melakukan Analisa Keuntungan Kotor untuk melihat apakah produksi di luar musim sesungguhnya lebih menguntungkan.

Menyimpan hasil panen untuk memperoleh harga-harga yang lebih tinggi

Sementara produksi di luar musim terutama dilakukan untuk tanaman-tanaman hortikultura yang bersifat mudah rusak, penyimpanan di tingkat usahatani digunakan terutama untuk tanaman yang bersifat kurang mudah rusak seperti padi, jagung, kentang, bawang merah dan bawang putih. Informasi pasar dapat digunakan untuk membantu para petani memutuskan apakah menyimpan atau tidak menyimpan dalam kurun waktu satu tahun tersebut. Hal ini juga bisa digunakan untuk membantu mereka memutuskan apakah mau menanamkan modal untuk membuat sebuah gudang penyimpanan yang belum mereka sampai saat ini atau tidak. Penyimpanan tanaman tanpa fasilitas penyimpanan yang benar biasanya merupakan ide buruk, karena hilangnya jumlah dan kualitas produk akan berarti bahwa petani tidak akan memperoleh keuntungan penuh dari harga-harga musiman yang lebih tinggi.

Berdasarkan kepada informasi tentang pergerakan harga musiman pada tahun-tahun sebelumnya dapat dibuat suatu perkiraan mengenai berapa besar agaknya kenaikan harga tanaman rata-rata tahnan. Kendati demikian, keputusan akhir untuk menyimpan harus didasarkan kepada pengetahuan tentang panen. Dalam

beberapa tahun hasil panen mungkin menjadi besar jumlahnya sehingga penyimpanan dengan harapan nantinya harga akan lebih tinggi tidak beralasan. Lebih jauh, seorang petani yang menjual tanamannya segera setelah panen dapat menyimpan uangnya di bank dan memperoleh bunga. Untuk menyimpan hasil panen diperlukan keuntungan yang besar lebih daripada menempatkan uang di bank. Hal ini harus termasuk dalam penghitungan tingkat keuntungan penyimpanan, sebagaimana halnya dampak inflasi.

Gambar 7 memperlihatkan sebuah penghitungan tingkat keuntungan penyimpanan dan penghitungan yang sama ditunjukkan grafik pada Gambar 8. Di sini diasumsikan bahwa petani telah mempunyai gudang penyimpanan dan biaya-biaya penyimpanan terbatas untuk pemeliharaan gudang penyimpanan tersebut, untuk membeli bahan pengepakan dan pestisida, jika diperlukan, ongkos tenaga kerja yang berkaitan dengan pengangkutan tanaman ke dalam gudang penyimpanan dan mengeluarkannya kembali.

Gambar 7 dan 8 didasarkan kepada asumsi bahwa panen tanaman dimulai bulan Mei dan berlanjut sampai dengan akhir Juli. Dapat terlihat bahwa penyimpanan menjadi menguntungkan, jika hasil produksi yang disimpan dijual mulai dari bulan Januari dan seterusnya, dengan keuntungan terbesar pada bulan Maret. Namun karena musim tanam yang baru makin dekat datangnya, harga-harga mulai jatuh dan para petani akan rugi jika mereka menyimpan hasil produknya sampai dengan bulan Mei.

Gambar 7

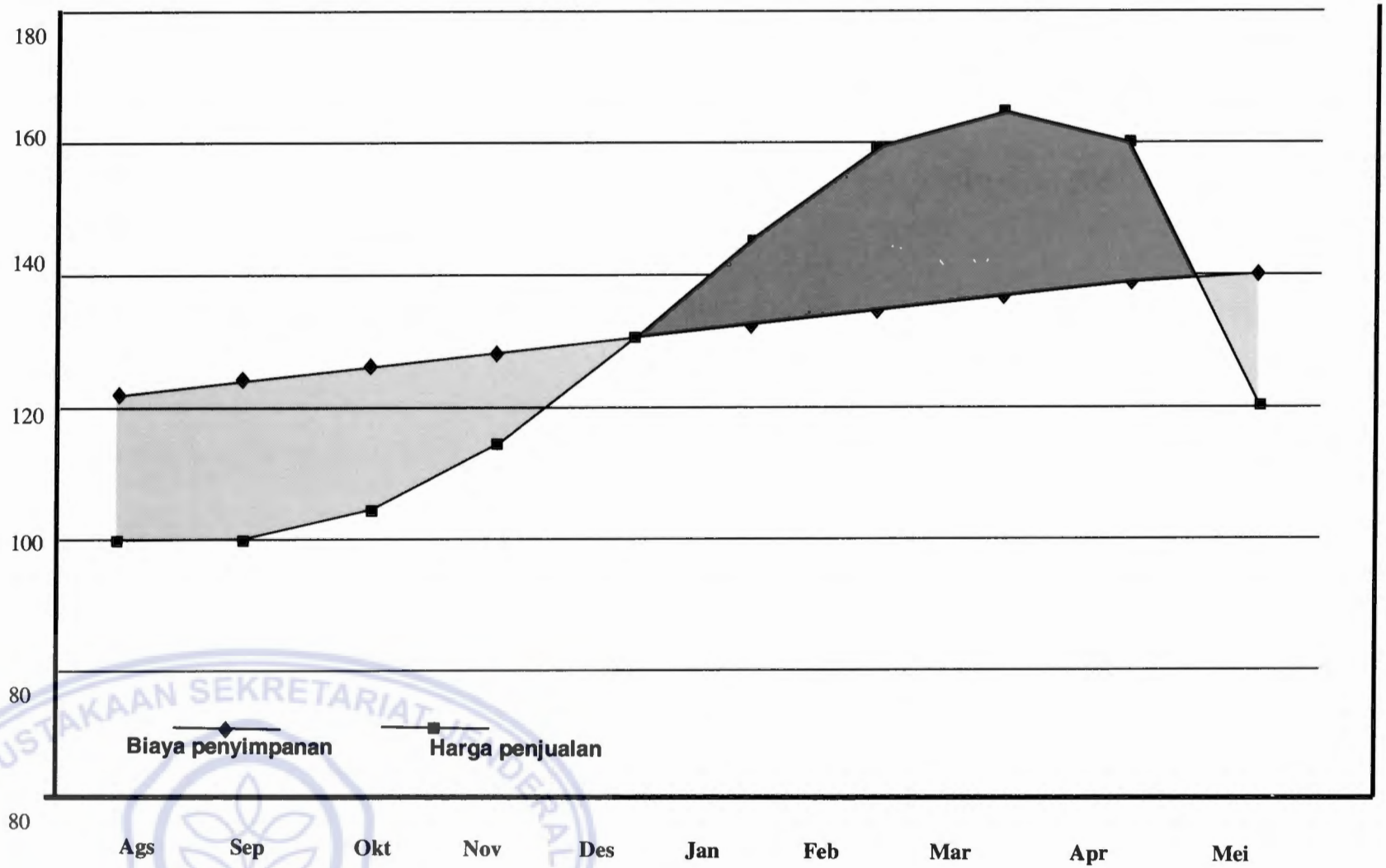
Menghitung tingkat keuntungan penyimpanan per ton

	Agust	Sep	Okt	Nop	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
Biaya										
Pemeliharaan setahun dan insektisida	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Bunga bank yang hilang	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20
Nilai hasil panen bulan Juli	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total biaya penyimpanan	122	124	126	128	130	132	134	136	138	140
Harga penjualan	100	100	105	115	130	145	160	165	160	120
Keuntungan penyimpanan	-22	-24	-21	-13	0	13	26	29	22	-20

Catatan: Bunga bank diasumsikan 2% per bulan

Gambar 8

Sebuah contoh tingkat keuntungan penyimpanan



Kegiatan-kegiatan para penyuluh
- Daftar pemeriksaan

Bab-bab terdahulu dalam Buku Petunjuk ini telah menunjukkan beberapa kegiatan yang dapat dilakukan oleh para penyuluh untuk membantu para petani memahami informasi pasar. Kegiatan-kegiatan ini, dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan, yang dapat dilakukan oleh para penyuluh, diringkas seperti di bawah ini:

- biasakan diri mereka dengan cara kerja sistem pemasaran pada berbagai tanaman yang berbeda-beda, sehingga mampu memberi saran kepada para petani mengenai cara yang terbaik untuk memasarkan produk mereka dan mengenai berbagai macam harga;
- berlangganan laporan tertulis apapun yang diterbitkan oleh dinas informasi pasar. Terlebih lagi, dapatkan bahan apapun yang dipersiapkan oleh LIP untuk menjelaskan informasi yang disebarkannya dan maksud informasi tersebut bagi para petani;
- perhatikan waktu siaran radio LIP atau TV, dan dengarkan sesering mungkin;
- kenali dan, jika mungkin, jalin hubungan dengan sumber-sumber informasi pasar, seperti para pengolah hasil pertanian;
- kenali para pembeli hasil-hasil pertanian lokal, cari tahu berapa harga yang mereka tawarkan dan persyaratan-persyaratannya. Daftar para pembeli lokal, harga-harga yang mereka tawarkan, apakah mereka membayar kontan atau kemudian, apakah mereka membeli dalam partai besar atau eceran dan lain-lain, yang dapat dibuat pada selembar kertas sederhana, akan sangat berguna bagi para petani;
- sediakan informasi tentang pasar yang jauh. Para penyuluh dapat menghubungi kantor pusat mereka untuk memperoleh informasi yang serupa tentang pembeli potensial di pasar-pasar utama perkotaan;
- buat selalu catatan harga-harga yang dilaporkan oleh LIP, gambarkan dalam bentuk grafik, untuk mengetahui inflasi. Bab 7 memberikan saran-saran rinci untuk melaksanakan hal ini. Secara ideal, tipe analisa ini harus diberikan oleh dinas informasi pasar. Apabila hal ini tidak berjalan, para penyuluh dapat meminta LIP untuk menyediakannya, sebagai alternatif lain dari membuatnya sendiri;
- bantu para petani untuk memahami arti penyiaran harga-harga. Hal ini berarti bahwa para penyuluh sendiri harus memahami secara rinci bagaimana cara kerja sistem pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi harga-harga yang akan diterima oleh para petani;
- organisasikan kunjungan-kunjungan para petani ke pasar-pasar perkotaan. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk melihat bagaimana hasil panen mereka dijual dan keadaan produk mereka setibanya di pasar. Hal ini akan memberikan kesempatan kepada para petani untuk

memahami secara lebih baik sistem pemasaran dan untuk mengadakan pembicaraan dengan para pedagang;

- monitor harga-harga lokal yang tidak dicakup oleh LIP. Dinas Informasi Pasar Nasional hanya dapat meliput beberapa pasar saja. Dinas Penyuluhan Daerah dapat memonitor harga-harga di pasar-pasar pengumpul lokal pada hari-hari beroperasinya pasar tersebut dan menempatkan data harga-harga itu pada papan-papan pengumuman di kantor mereka dan di pintu masuk pasar, atau alternatif lain, membujuk manajer pasar untuk melakukan hal ini;
- bantu para petani dalam menghitung biaya-biaya pemasaran dan keuntungan para pedagang. Para petani pada banyak kasus agaknya kurang membaca dan menulis atau menghitung untuk memperkirakan biaya-biaya pemasaran para pedagang. Menggunakan informasi dalam Buku Petunjuk ini dan dalam Buku Petunjuk FAO tentang biaya-biaya pemasaran dan keuntungan[3)], para penyuluh dapat membuat perkiraan biaya-biaya pemasaran yang masuk akal dan memberikan saran kepada para petani tentang hal ini, untuk membantu mereka bernegosiasi dengan para pedagang;
- pahami alasan-alasan mengapa harga-harga berubah, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang;
- beri saran kepada para petani tentang teknologi produksi, dan jenis tanaman (varietas). Apabila para petani telah menggunakan informasi pasar untuk memutuskan bahwa menanam tanaman baru atau tanaman di luar musim merupakan gagasan yang baik, maka mereka kemudian perlu untuk mengetahui apa saja yang diperlukan untuk menanam tanaman-tanaman tersebut, berapa biaya input dan dimana memperoleh input tersebut;
- bimbing para petani dalam menghitung biaya-biaya produksi. Para petani tidak hanya perlu mengetahui bagaimana cara menanam tanaman-tanaman baru, namun juga perlu mengetahui berapa dibiayai untuk melaksanakannya. Para penyuluh harus mampu untuk membantu para petani untuk memperkirakan besar biaya produksi untuk tanaman-tanaman baru atau untuk berbagai teknologi, seperti produksi di luar musim;
- kenali para pedagang (pembeli) tanaman baru. Ketika petani melakukan diversifikasi dengan tanaman baru, bisa jadi tidak ada pedagang yang membeli hasil panen tersebut. Petugas penyuluh harus mengenali para pedagang (pembeli) yang mungkin, sebelum menyarankan para petani untuk menanam tanaman-tanaman baru tersebut;
- bantu masyarakat setempat untuk mendirikan layanan informasi pasar mereka sendiri di daerah mereka. Jika terdapat persekutuan sosial yang luas di desa dan para petani melihat diri mereka sendiri sebagai mitra dibandingkan sebagai pesaing, maka masyarakat tersebut dengan dibantu oleh para penyuluh, dapat mengorganisasikan sendiri penyediaan informasi pasar bagi mereka;
- bekerjasama dengan media informasi setempat. Di negara-negara yang lebih besar khususnya, mungkin terdapat stasiun radio atau surat-surat kabar lokal yang

tidak menerbitkan informasi pasar tingkat nasional akan tetapi lebih tertarik untuk menyiarkan dan mencetak harga-harga lokal;

- organisasikan kunjungan-kunjungan para pedagang dan pedagang pasar induk. Para petani harus mengunjungi pasar-pasar, seperti tersebut di atas.Namun demikian, hal ini akan sulit dan memerlukan biaya untuk pelaksanaannya. Salah satu alternatif lain adalah mendorong pedagang pasar induk dan pedagang lain mengunjungi desa-desa untuk mengadakan pertemuan kelompok dengan para petani;
- organisasikan percobaan-percobaan pengepakan. Kadang-kadang alasan para petani menerima harga pasar yang lebih rendah daripada yang dilaporkan oleh LIP adalah karena mereka menggunakan pengepakan yang buruk dan hasil produk mereka tiba di pasar dalam keadaan buruk. Jika hal ini dapat dipastikan melalui kunjungan ke pasar, para penyuluh dapat mendorong para petani untuk bekerjasama dengan para pedagang dalam melakukan ujicoba berbagai cara pengepakan;
- organisasikan demonstrasi pemilahan hasil produk. Para petani seringkali dapat memperoleh uang lebih jika mereka memisahkan hasil produknya menjadi beberapa tingkatan kualitas/ukuran. Hal ini mungkin dapat ditekankan apabila sistem informasi pasar memberikan informasi harga untuk berbagai tingkatan kualitas/ukuran dari satu jenis hasil produk yang sama;

Catatan Akhir

1. Hal ini dibahas secara lebih rinci, sebagai contoh, dalam *Horticultural Marketing: A resource and training manual for extension officers*, AGS Bulletin, No. 76, FAO, Rome dan Marketing Extension Guide No. 1, *A guide to maize marketing for extension officers* by Andrew W. Shephered, Marketing and Rural Finance Service, FAO, Rome dan akan lebih jauh tercakup dalam Marketing Extension Guides yang akan segera terbit.

2. Perihal biaya-biaya pemasaran tercakup secara lebih rinci dalam terbitan FAO terdahulu, *A guide to marketing casts and how to calculate them* by Andrew W. Shepherd, Marketing and Rural Finance Service, FAO, Rome, 1993. Bab ini didasarkan kepada bahan-bahan yang terdapat dalam Buku Petunjuk tersebut.

3. Lihat catatan akhir 2 di atas.

Analisa Keuntungan Kotor.
Analisa keuntungan kotor dapat digunakan untuk membandingkan tingkat keuntungan yang diperoleh dari penerapan berbagai teknologi yang berbeda-beda; sebagai contoh, produksi hortikultura dalam musim atau di luar musim. Analisa ini dapat juga digunakan untuk menghitung tingkat keuntungan yang diperoleh dari membudidayakan tanaman baru sepenuhnya, ketika para petani mempertimbangkan dengan sungguh-sungguh untuk melakukan diversifikasi dengan tanaman baru. Keuntungan kotor dapat dihitung berdasarkan per hektar luas lahan, atau keuntungan per tenaga kerja, berdasarkan jumlah hari kerja petani dan keluarganya (yang menjadi penting jika penerapan teknologi baru akan menambah jumlah hari kerja yang diperlukan atau apabila tenaga kerja lebih menjadi faktor pembatas daripada lahan)

Catatan: Halaman 81 dan 82 memuat secara garis besar analisa keuntungan kotor yang dapat digunakan oleh para penyuluh untuk membantu para petani menghitung keuntungan keuntungan yang diperoleh dari menanam tanaman-tanaman baru.

Analisa keuntungan kotor tidak memperhitungkan biaya-biaya tetap seperti lahan, biaya penggunaan peralatan, dll, padahal bagaimanapun juga biaya-biaya tersebut harus dibayar. Prosedur untuk menghitung keuntungan kotor per hektar adalah:

- hitung rata-rata hasil panen yang diharapkan per hektar dengan penerapan teknologi. Jika tanaman belum pernah panen sebelumnya, maka penghitungan harus didasarkan kepada informasi dari petani lain atau saran dari dinas/lembaga penyuluhan atau penelitian pertanian tingkat nasional. Namun, karena dinas/lembaga semacam itu cenderung melalukan percobaan di lahan usahatani dalam kondisi yang ideal yang tidak dapat ditiru oleh para petani kecil, maka akan berguna untuk mengurangi hasil yang diharapkan dengan memperhitungkan hal-hal tersebut;
- hitung pendapatan kotor yang diharapkan per hektar dengan cara mengalikan produksi yang diharapkan per hektar dengan harga *di tingkat petani*. Petani atau penyuluh akan perlu untuk mengambil informasi harga-harga yang tersedia dari dinas/lembaga informasi pasar dan mengurangi dengan semua biaya-biaya pemasaran dari lahan usahatani ke pasar tempat harga-harga tersebut dirujuk;
- hitung keperluan benih/bibit tanaman, pupuk dan pestisida per hektar atau untuk seluruh lahan penanaman dan hitung biaya keseluruhan *di tingkat petani*. Petani akan perlu menambahkan biaya transportasi dan biaya-biaya lain dari penyalur ke lahan usahatani;
- hitung biaya-biaya untuk air irigasi dan pelayanan/jasa mesin yang diperlukan per hektar, jika pelayanan/jasa tersebut diperoleh secara komersial;
- hitung biaya input khusus jangka pendek yang diperlukan untuk tanaman ini (seperti pipa plastik untuk produksi tanaman hortikultura) , bagi biaya ini dengan jumlah jenis tanaman (atau jumlah tahun apabila hanya ada satu jenis tanaman dalam setahun) yang diharapkan menggunakan input tersebut, dan termasuk biaya modal, atau bunga bank yang akan menjadi pendapatan apabila uang tidak digunakan untuk membeli input secara kontan (dengan uang tunai);
- berdasarkan saran dari dinas/lembaga penelitian atau informasi lain, perkiraan jumlah orang/hari yang diperlukan per-hektar untuk penyiapan lahan, penaburan benih (penanaman), penyiangan dan kegiatan produksi lainnya seperti panen, pembersihan, pemilahan dan pengepakan. Kalikan jumlah hari dengan biaya tenaga kerja jika tenaga kerja bayaran digunakan;
- apabila tenaga kerja keluarga digunakan kalikan jumlah hari dengan *biaya peluang kerja/*opportunity cost (yaitu upah harian yang dapat diperoleh oleh anggota keluarga jika mereka tidak bekerja di lahan usahatani sendiri);
- Kurangkan seluruh biaya dari seluruh pendapatan untuk mendapatkan besar keuntungan kotor untuk tanaman per hektar atau per petak lahan bila ukuran tersebut yang akan digunakan.

Prosedur untuk menghitung keuntungan kotor dalam pengertian pendapatan per tenaga kerja atau per hari tenaga kerja adalah serupa dengan di atas, kecuali bila seluruh tenaga kerja keluarga tidak dihitung. Pendapatan per tenaga kerja dihitung dengan mengambil seluruh pendapatan dikurangi biaya-biaya tidak tetap *(variable cost)* dan dibagi dengan jumlah hari tenaga kerja yang digunakan .

Analisa keuntungan kotor

	Unit	Jumlah	Harga/unit	Jumlah nilai
HASIL KOTOR	kg	1)	2)	
BIAYA-BIAYA				
Benih/bibit tanaman				
Pupuk			3)	
Tipe 1	kantong			
Tipe 2	kantong			
dan lain-lain	kantong			
Jumlah pupuk				4)
Pestisida			3)	
Tipe1	liter			
Tipe 2	liter			
dan lain-lain	liter			
Jumlah pestisida				5)

Catatan:

1) Perkiraan produksi per hektar
2) Harga LIP dikurangi biaya-biaya pemasaran dari lahan usahatani ke pasar. Penghitungannya dapat dibuat dengan menggunakan asumsi berbagai harga yang berbeda untuk menetapkan besar resiko jika harga yang diharapkan tidak diperoleh.
3) Harga-harga beli ditambah dengan biaya untuk mengangkut pupuk atau pestisida dari toko ke lahan usahatani.
4) Total biaya seluruh pupuk yang digunakan pada areal lahan di bawah tanaman atau per hektar.
5) Total biaya seluruh pestisida yang digunakan.

Analisa keuntungan kotor, lanjutan

	Unit	Jumlah	Harga/unit	Jumlah Nilai
SARANA PRODUKSI (INPUT) LAINNYA				
Air irigasi	liter			
Sewa mesin	jam			
Lain-lain				
Jumlah sarana produksi (input) lainnya				
TENAGA KERJA	6)			
Tenaga kerja upahan	jam			
Tenaga kerja keluarga	jam		7)	
Jumlah tenaga kerja				
TOTAL BIAYA (a)				
HASIL KOTOR (b)				
KEUNTUNGAN KOTOR (b-a)				8)

Catatan:

6) Penyiapan lahan, penanaman, pemupukan, penyiangan, penyemprotan, pemanenan, pembersihan, pemilahan dan pengepakan.
7) Biaya peluang *('opportunity cost')* tenaga kerja keluarga.
8) Hasil kotor dikurangi biaya-biaya.

CATATAN-CATATAN

Ilustrasi cover: Consuelo Macias Duimich

Berikut ini adalah daftar buku yang diterbitkan dalam seri PETUNJUK PENYULUHAN PEMASARAN (MARKETING EXTENSION GUIDE):

Petunjuk BIAYA-BIAYA PEMASARAN dan bagaimana menghitungnya (A guide to MARKETING COSTS and how to calculate them)
1993, 59 pp. (E F S)

Petunjuk PEMASARAN JAGUNG untuk para petugas penyuluh (A guide to MAIZE MARKETING for extension officers)
1999, 111 pp.(E F*)

Memahami dan menggunakan INFORMASI PASAR (Understanding and using MARKET INFORMATION)
2000, 85 pp.(E)

Judul-judul lain dalam seri ini sedang direncanakan.
Saran-saran untuk penerbitan lebih lanjut diharapkan.

Tersedia dalam: E –Bahasa Inggris
: F – Bahasa Perancis
: S – Bahasa Spanyol

* Segera (awal 2001)

Untuk memperoleh lagi copy publikasi ini
dan untuk informasi tentang kegiatan-kegiatan FAO
yang berhubungan dengan pemasaran
hasil pertanian, silakan hubungi:

Marketing and Rural Finance Service
Agricultural Support Systems Devision
FAO of the United Nationas
Viale delle Terme di Caracalla
00100 Rome, Italy

FAX : (39) 0657056850
E-mail : AGS Registry@fao.org
Web Site : http:www.fao.org/ag/ags/agsm/marketin.htm

Buku ini telah dipersiapkan untuk membantu para penyuluh, dan petugas lain yang berhubungan secara teratur dengan masyarakat pertanian, dalam memberikan saran kepada para petani tentang bagaimana cara terbaik untuk menggunakan informasi pasar. Buku ini menekankan pentingnya pemahaman mengapa para petani memerlukan informasi, bagaimana mereka dapat menggunakan informasi tersebut dan memperoleh manfaat dari penggunaannya, dan sumber informasi pasar apakah yang tersedia. Mengapa harga-harga berubah, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, bagaimana menafsirkan harga-harga yang disediakan oleh suatu dinas/lembaga informasi pasar, dan bagaimana menghitung biaya pemasaran antara petani dan pasar juga dibahas. Selain itu, Buku Petunjuk ini memberikan sejumlah cara-cara praktis yang dengannya para penyuluh dan petugas lain di seluruh dunia dapat bekerja untuk memperbaiki dukungan mereka bagi upaya-upaya pemasaran yang dilakukan oleh para petani.

TC/D/X8826E/ I /12.00/1500