

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Bandungan merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Letak astronomis Kecamatan Bandungan yaitu $110^{\circ}19'$ - $110^{\circ}25'$ Bujur Timur dan $7^{\circ}11'$ - $7^{\circ}16'$ Lintang Selatan dengan topografi wilayahnya berupa puncak/lereng yang berada pada ketinggian sekitar 831 mdpl. Batas wilayah Kecamatan Bandungan sebelah utara adalah Kabupaten Kendal, sebelah selatan adalah Kecamatan Ambarawa, sebelah barat adalah Kecamatan Sumowono, sebelah timur adalah Kecamatan Bergas dan Kecamatan Bawen. Luas wilayah Kecamatan Bandungan adalah 4.823,33 ha. Luas Wilayah Kecamatan Bandungan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Letak Geografis Desa/Kelurahan Kecamatan Bandungan

Desa/Kelurahan	Topografi	Luas Wilayah(ha)	Ketinggian(mdpl)
Milir	Lereng/Puncak	329,60	665
Duren	Lereng/Puncak	308,00	834
Jetis	Lereng/Puncak	279,00	787
Bandungan	Lereng/Puncak	434,42	892
Kenteng	Lereng/Puncak	356,99	014
Candi	Lereng/Puncak	1.082,35	086
Banyukuning	Lereng/Puncak	924,95	975
Jimbaran	Lereng/Puncak	205,00	767
Pekopen	Lereng/Puncak	307,00	719
Sidomukti	Lereng/Puncak	596,03	875
Rata-rata		482,33	831

BPS Kecamatan Bandungan (2019)

Luas wilayah tersebut terbagi menjadi 9 desa dan 1 kelurahan. Desa dan kelurahan di Kecamatan Bandungan adalah Desa Duren, Desa Jetis, Desa Mlilir, Desa Kenteng, Desa Banyukuning, Desa Candi, Desa Jimbaran, Desa Pakopen, Desa Sidomukti, dan Kelurahan Bandungan. Wilayah tersebut dibagi menjadi tiga penggunaan lahan yaitu 1.555,95 ha (32,26%) lahan sawah, 1.428,11 ha (29,61%) lahan bukan sawah dan 1.839,24 ha (38,13%) lahan bukan pertanian. Lahan sawah merupakan lahan sawah berpengairan irigasi (88,91%), lahan sawah sisanya adalah lahan sawah tadah hujan. Lahan bukan lahan sawah digunakan sebagian besar untuk tegal/kebun, sisanya merupakan perkebunan, hutan rakyat, dan kolam/empang. Lahan bukan pertanian digunakan untuk rumah bangunan, hutan negara, dan lainnya.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Tahun 2018

Desa/Kelurahan	Jenis Kelamin		Jumlah Penduduk
	Laki-Laki	Perempuan	
	---jiwa---	---jiwa---	---jiwa---
Milir	3.015	2.909	5.924
Duren	2.977	2.962	5.939
Jetis	2.342	2.263	4.605
Bandungan	3.688	3.605	7.293
Kenteng	2.584	2.554	5.138
Candi	3.558	3.527	7.085
Banyukuning	3.813	3.697	7.510
Jimbaran	2.214	2.206	4.420
Pekopen	2.309	2.242	4.551
Sidomukti	2.783	2.642	5.425
Jumlah	29.283	28.607	57.890

BPS Kecamatan Bandungan (2019)

Kecamatan Bandungan mempunyai jumlah penduduk mencapai 57.890 jiwa pada tahun 2018 yang terdiri 29.283 jiwa laki-laki dan 28.607 jiwa perempuan.

Jumlah penduduk usia produktif yang bekerja di Kecamatan Bandungan mencapai 30.842 orang (53,28% dari total penduduk) dengan tingkat pengangguran mencapai 9.740 orang berdasarkan data BPS tahun 2018. Semakin banyak penduduk disuatu daerah usia produktif yang tinggi seharusnya semakin baik pembangunan di daerah tersebut. Hal ini dapat dikatakan baik bagi Kecamatan Bandungan, banyaknya angka usia produktif menunjukkan banyaknya tenaga produktif yang dapat membangun daerah tersebut. Kecamatan Bandungan cukup dikenal dalam hal pertaniannya, tenaga kerja yang masih dalam usia produktif sangat baik untuk mengembangkan bidang pertanian. Bidang pertanian tidak hanya membutuhkan kekuatan fisik tetapi juga kekuatan pemikiran, karena mengingat Kecamatan Bandungan sistem pertaniannya masih banyak konvensional.

Mata pencaharian penduduk Kecamatan Bandungan beragam, mulai dari yang paling menyerap tenaga kerja adalah Pertanian, Industri, tenaga medis/kesehatan, dan guru. Jumlah keluarga petani adalah 11.492 orang. Jumlah kelompok industri anyaman, dari kayu, dari kulit, dari logam, dari kain, gerabah, dan lainnya adalah 311 orang, jumlah kelompok industri makanan dan minuman adalah 143 orang, Jumlah tenaga kesehatan / tenaga medis adalah 75 orang. Jumlah tenaga pengajar adalah 308 orang (Tabel 3).

Sektor pertanian menempati posisi tertinggi yang menjadi mata pencarian penduduk di Kecamatan Bandungan. Hal ini dapat dilihat dari kondisi iklim dan letak geografis Kecamatan Bandungan yang cocok ditanami tanaman khususnya hortikultural. Salah satu tanaman hortikultural yaitu komoditas alpukat, yang mana

Kecamatan Bandungan merupakan salah satu sentra terbesar untuk komoditas alpukat di Kabupaten Semarang dengan total produksi sebanyak 113.820 kwintal tahun 2018. Sentra produksi terbanyak tepatnya berada di Desa Jetis dan Desa Banyukuning dengan varietas yang paling banyak di budidayakan yaitu jenis alpukat lokal dan alpukat unggulan yaitu alpukat pluang dan wina sehingga komoditas alpukat memiliki peluang besar untuk dapat terus berkembang (Badan Pusat Statistik, 2019). Mata pencarian penduduk dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Mata Pencarian Penduduk Kecamatan Bandungan

No	Mata Pencarian	Jumlah	Persentase
		---orang---	--%--
1.	Keluarga Petani	11.492	93,21
2.	Anyaman	102	0,83
3.	Kayu	32	0,26
4.	Kulit	8	0,06
5.	Logam	14	0,11
6.	Kain	96	0,78
7.	Gerabah	18	0,15
8.	Lainnya	41	0,33
9.	Makanan dan Minuman	143	1,16
10.	Tenaga Medis	75	0,61
11.	Tenaga Pengajar	308	2,50
	Jumlah	12.329	100

BPS Kecamatan Bandungan (2019)

Desa Jetis mempunyai luas wilayah 279 ha yang terdiri atas 187,60 ha lahan sawah, 18,35 ha lahan non sawah dan 73,04 ha non pertanian. Desa Jetis terdiri atas 7 Dusun yang tersebar dari ujung timur sampai ujung barat, diantaranya adalah Krajan, Ngawinan, Jombor, Ngunut, Deso, Ngasem dan Jetis. Batas utara Desa Jetis adalah Desa Duren, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pasekan, sebelah barat

berbatasan dengan Kelurahan Bandungan, dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Milir. Jumlah penduduk Desa Jetis adalah 4.605 jiwa dengan jumlah perbandingan antara laki-laki dan perempuan hampir sama. Mayoritas penduduknya beragama Islam dan tingkat pendidikan tergolong tinggi, hal ini dilihat dari kepedulian warganya yang melanjutkan ke perguruan tinggi terus meningkat setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2019).

Desa Banyukuning mempunyai luas 924,95 ha yang terdiri dari lahan sawah 230,39 ha sawah, 550,99 ha non sawah dan 143,57 ha non pertanian. Batas wilayah Desa Banyukuning sebelah utara berbatasan dengan Desa Candi, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Jambu, sisi timur berbatasan dengan Kecamatan Ambarawa, dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Sumowoo. Desa Banyukuning terdiri atas 12 dusun, diantaranya adalah Banaran, Pakisan, Berokan, Krajan, Gentan, Ploso, Mendongan, Kedungwangan, Jengglengan, Kaliwinong, Tlogosari, dan Banyukuning. Jumlah penduduk Desa Banyukuning adalah 7.510 jiwa dengan perbandingan laki-laki sebanyak 3.813 jiwa dan perempuan sebanyak 3.697 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2019).

4.2. Karakteristik Umum Responden

Pelaku rantai pasok alpukat di Kecamatan Bandungan meliputi petani, pengepul, pedagang besar dan pengecer.

4.2.1. Petani

Petani merupakan responden utama penelitian karena dimulai dari petani alpukat dipasarkan, serta dapat diketahui aliran produk, informasi dan keuangan menuju lembaga-lembaga pemasaran hingga ke konsumen. Data identitas responden petani alpukat dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah dan Persentase Petani Alpukat di Kecamatan Bandungan Berdasarkan Karakteristik Responden.

No	Karakteristik	Jumlah --orang--	Persentase ----%---
1.	Usia Petani(tahun)		
	a. 20 – 30	1	2,5
	b. 31 – 40	10	25,0
	c. 41 – 50	11	27,5
	d. 51 – 60	11	27,5
	e. 61 – 70	7	17,5
	Jumlah	40	100,0
2.	Lama Bertani(tahun)		
	a. 1 – 10	12	30,0
	b. 11 – 20	3	7,5
	c. 21 – 30	10	25,0
	d. 31 – 40	7	17,5
	e. 41 – 50	5	12,5
	f. 51 – 60	3	7,5
	Jumlah	40	100,0
3.	Pendidikan		
	a. SD	25	62,5
	b. SMP	6	15,0
	c. SMA	7	17,5
	d. Perguruan Tinggi (PT)	2	5
	Jumlah	40	100,0

Petani dalam penelitian ini adalah petani yang berusahatani alpukat tahun 2020. Responden berlokasi di Desa Jetis dan Desa Banyukuning dengan yang terdiri

dari 40 orang Petani. Responden petani dalam penelitian didapatkan melalui informasi perangkat desa, sesama petani alpukat dan juga dari lembaga-lembaga pemasaran karena petani memiliki hubungan transaksi dagang alpukat

Pada Tabel 4 menunjukkan karakteristik petani alpukat, golongan umur 41-50 tahun terdapat 11 orang dengan persentase 27,5%, golongan umur 51- 60 tahun terdapat 11 orang dengan persentase 27,5%, golongan umur 31- 40 tahun terdapat 10 orang dengan persentase 25%, golongan umur 20- 30 tahun terdapat 1 orang dengan persentase 2,5%, dan golongan umur 60 - 70 tahun terdapat 7 orang dengan persentase 17,5%. Hal ini menunjukkan responden petani sebagian besar berusia produktif dalam melakukan usahatani. Hal ini sesuai dengan pendapat Prabana (2020) yang menyatakan bahwa usia produktif adalah antara 15-65 tahun, pada usia tersebut cenderung berpikir maju, pengetahuan luas, produktifitas tinggi dan lincah dalam mengadopsi teknologi.

Pengalaman bertani diartikan lamanya petani melakukan kegiatan usahatani terutama mengusahakan usahatani alpukat. Pengalaman bertani sangat mempengaruhi pengetahuan, kemampuan dan pengambilan keputusan yang menguntungkan usahatannya. Menurut Yulida (2012) walaupun pendidikan mereka rendah tetapi semakin tinggi pengalaman maka mereka terbiasa menghadapi resiko dan tau bagaimana mengatasi masalah dalam usahatannya. Hal ini juga mempengaruhi kekuatan saluran dan jaringan kemana alpukat dipasarkan sehingga setiap pelaku rantai pasok diharapkan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Pendidikan pada umumnya mempengaruhi cara berpikir petani dan turut mempengaruhi tingkat keberhasilan usahatani. Tingkat pendidikan petani paling banyak ditingkat SD sebanyak 25 orang dengan persentase 62,5%, tingkat SMA sebanyak 7 orang dengan persentase 17,5%, tingkat SMP sebanyak 6 orang dengan persentase 15%, dan perguruan tinggi sebanyak 2 orang dengan persentase 5%. Hal ini menunjukkan petani masih banyak yang tingkat pendidikannya rendah. Rendahnya pendidikan petani dipengaruhi oleh keterbatasan biaya pendidikan dan jarak untuk menempuh pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi jauh di luar desa, sehingga mereka lebih memilih bertani atau bekerja membantu orang tua di usia dini karena bertani tidak memerlukan kemampuan dan *skill* khusus. Hasil pendapatan yang diperoleh dari bertani dirasa lebih menjanjikan, sehingga mereka berpikir tidak perlu melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

4.2.2. Pengepul

Responden pengepul merupakan orang yang membeli alpukat dari petani dengan volume dan harga yang telah disepakati, kemudian menjualnya kepada pedagang yang ada di Kecamatan Bandung. Responden pengepul dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang. Wawancara pertama dilakukan oleh peneliti dimulai dari pengepul dikarenakan peran pengepul dinilai cukup besar dalam saluran rantai pasok alpukat dalam menyalurkan hasil usahatani petani ke pedagang besar. Adapun identitas responden pengepul alpukat dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah dan Persentase Pengepul di Kecamatan Bandungan Berdasarkan Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah ---orang---	Persentase -----%-----
1.	Usia (tahun)		
	a. 31 – 40	1	20,0
	b. 41 – 50	3	60,0
	c. 51 – 60	1	20,0
	Jumlah	5	100,0
2.	Lama Berdagang (tahun)		
	a. 1 – 10	0	0,0
	b. 11 – 20	5	100,0
	c. 21 – 30	0	0,0
	Jumlah	5	100,0
3.	Pendidikan		
	e. SD	3	60,0
	f. SMP	1	20,0
	g. SMA	0	0,0
	h. Perguruan Tinggi (PT)	1	20,0
	Jumlah	5	100,0

Tabel 5 menunjukkan golongan umur pengepul di Kecamatan Bandungan 41 – 50 tahun terdapat 3 orang (60%), umur 31 – 41 tahun terdapat 1 orang (20%) dan umur 51 – 60 tahun terdapat 1 orang (20%). Hal tersebut menunjukkan golongan umur pengepul masih terbilang produktif dalam melakukan usahanya menjadi pedagang pengepul alpukat. Usia produktif seseorang dalam bekerja adalah antara 15 – 65 tahun.

Lama pengalaman berdagang dari tiap pengepul alpukat didominasi selama 11 – 20 tahun sebanyak 5 orang (100%). Lama pengalaman pedagang pengepul mempunyai pengaruh penting dalam mendistribusikan alpukat ke pedagang besar karena pengepul menjalin hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan petani serta

sebagai penggerak pertama dalam keberlangsungan pemasaran alpukat. Sumber modal pengepul alpukat berasal dari sebagian besar berasal dari modal sendiri dan dari pedagang besar yang sudah langganan. Penggunaan modal ini di optimalkan penggunaan dalam pembelian hasil usahatani petani alpukat.

Tingkat pendidikan sangat berpengaruh dapat membantu pengepul kaitannya dengan penyerapan informasi, ilmu pengetahuan dan inovasi, sehingga pola pikirnya relatif lebih maju. Pengepul harus mampu memprediksi harga pasar, mencari alpukat dengan kualitas baik, menjualkan alpukat agar memperoleh keuntungan. Tingkat pendidikan pengepul paling tinggi adalah SD berjumlah 3 orang (60%), tingkat pendidikan SMP dan Perguruan Tinggi masing-masing berjumlah 1 orang (20%).

4.2.3. Pedagang besar

Pedagang besar dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli alpukat dari pengepul dan petani dalam jumlah besar (lebih dari 1000 kg per hari) dan kemudian menjualnya kepada para retailer dibawahnya. Identitas responden pedagang besar dapat dilihat pada Tabel 6. Responden pedagang besar dalam penelitian didapatkan melalui informasi dari lembaga-lembaga pemasaran dan petani memiliki hubungan transaksi jual-beli alpukat.

Tabel 6. Jumlah dan Persentase Pedagang Besar di Kecamatan Bandungan Berdasarkan Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah ---orang---	Persentase ----%---
1.	Usia (tahun)		
	a. 21 – 30	1	25,0
	b. 31 – 40	1	25,0
	c. 41 – 50	1	25,0
	d. 51 – 60	1	25,5
	Jumlah	4	100,0
2.	Lama Berdagang(tahun)		
	d. 1 – 10	3	75,0
	e. 11 – 20	1	25,0
	Jumlah	4	100,0
3.	Pendidikan		
	i. SMP	1	25,0
	j. SMA	2	50,0
	k. Perguruan Tinggi (PT)	1	25,0
	Jumlah	4	100,0

Tabel 6 menunjukkan kelompok usia pedagang berkisar 21 – 30 sebanyak 1 orang, usia 31 – 40 tahun sebanyak 1 orang, usia 41 – 50 sebanyak 1 orang, dan usia 51 – 60 sebanyak 1 orang. Kisaran usia pedagang besar berdasarkan hasil dari penelitian tergolong produktif dalam bekerja.

Lamanya pengalaman berdagang yang dimiliki pedagang besar alpukat sekitar 1 – 10 tahun berjumlah 3 orang (75%) dan sekitar 11 – 20 tahun berjumlah 1 orang (25%). Lamanya pengalaman usaha pedagang sangat mempengaruhi pengetahuan, kemampuan dan pengambilan keputusan yang diharapkan mampu meningkatkan keuntungan usahanya.

Tingkat pendidikan terakhir dari pedagang besar di Kecamatan Bandungan cukup beragam. Tingkat pendidikan SMA berjumlah 3 orang (50%), tingkat

pendidikan SMP berjumlah 2 orang (25%), dan tingkat pendidikan perguruan tinggi berjumlah 1 orang (25%). Tingkat pendidikan pedagang besar tergolong cukup tinggi, dengan pendidikan paling banyak pada tingkat SMA. Hal ini dapat mempengaruhi pola pikir dalam mengelola usaha dagangnya untuk memperoleh keuntungannya.

4.2.4. Pengecer

Berikut data identitas responden Pengecer alpukat dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah dan Persentase Pengecer Alpukat di Kecamatan Bandungan Berdasarkan Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah ---Orang---	Persentase ----%---
1.	Usia (tahun)		
	a. 41 – 50	2	40,0
	b. 51 – 60	2	40,0
	c. >60	1	20,0
	Jumlah	5	100,0
2.	Pengalaman (tahun)		
	a. 11 – 20	1	20,0
	b. 21 – 30	1	20,0
	c. 31 – 40	3	60,0
	Jumlah	5	100,0
3.	Pendidikan		
	a. SD	4	80,0
	b. SMA	1	20,0
	Jumlah	5	100,0

Responden pengecer dalam penelitian ini adalah pemilik toko buah-buahan yang menerima *supply* alpukat dari petani dan menjual alpukat di pasar Bandungan. Identitas pengecer di Kecamatan Bandungan dengan rentang usia 41 – 50 tahun berjumlah 2 orang. Pada rentang usia 51 – 60 tahun berjumlah 2 orang dan rentang

usia >60 berjumlah 1 orang. Usia mempengaruhi dari aktivitas pedagang pengecer di Kecamatan Bandungan dikarenakan berdagang dari pagi sampai malam dengan suhu udara di Kecamatan Bandungan yang relatif dingin, sehingga kesehatan dan kekuatan fisik yang dibutuhkan oleh pedagang pengecer yang usianya mulai memasuki usia lanjut.

Pengalaman berdagang dari tiap pengecer berbeda, pengalaman berdagang pengecer pada rentang 11 – 20 tahun terdapat 1 orang, rentang 21 – 30 tahun terdapat 1 orang, dan rentang usia 31 – 40 tahun terdapat 1 orang. Identitas pengecer berdasarkan Pendidikan SD sebanyak 4 orang dan SMA sebanyak 1 orang. Lama bekerja dan tingkat pendidikan pengecer dapat menuntun dalam penyerapan informasi dan pengetahuan dalam berdagang, sehingga pedagang pengecer memahami harga dan keinginan konsumen.

4.3. Aspek Teknis Budidaya Alpukat

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa Kecamatan Bandungan sangat berpotensi dan cocok untuk budidaya komoditas alpukat karena berada pada ketinggian rata-rata 831 m diatas permukaan laut. Hal ini sesuai dengan pendapat Kurniawan (2014) yang menyatakan komoditas alpukat dibudidayakan di daerah dataran rendah hingga tinggi, namun tumbuh dengan subur dan hasil buah yang memuaskan berada pada ketinggian 200-1000 mdpl.

Aspek teknis dalam produksi komoditas pertanian meliputi sarana dan faktor produksi, pembiayaan dan kondisi iklim. Sarana budidaya komoditas alpukat adalah

lahan dan sumberdaya manusia. Faktor produksi yang digunakan petani untuk pengolahan lahan hingga panen masih tradisional, belum menggunakan alat modern. Faktor produksi yang digunakan adalah cangkul, sabit, *sprayer*, bibit, pupuk dan pestisida. Semua prasarana diperoleh dari membeli di toko pertanian sekitar. Harga dari setiap prasarana dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Harga Sarana Usahatani Alpukat

No.	Sarana	Satuan	Harga ---Rp/Satuan---
1.	Cangkul	Pcs	100.000 – 200.000
2.	Sabit	Pcs	70.000
3.	<i>Handsprayer</i>	Pcs	60.000 – 500.000
4.	Ember	Pcs	10.000 – 15.000
5.	Bibit	Pcs	25.000-200.000
6.	Pupuk		
	Kandang	Kg	1.500
	KNO Buah	Kg	25.000
	<i>Gandasil B</i>	Kg	100.000 – 150.000
	NPK	Kg	8.000 – 10.000
7.	Pestisida		
	<i>Decis</i>	Liter	200.000 - 250.000
	Akron	Liter	150.000 – 300.000
	Perekat	Liter	40.000-90.000

Produksi alpukat tergantung pada sarana teknis dan pengetahuan petani dalam pengelolaan alpukat, jumlah pohon, varietas alpukat dan pemeliharaan saat pohon berbunga. Pemeliharaan yang dilakukan petani yaitu pemupukan yang dilakukan 2 kali dalam setahun pada awal musim penghujan dan akhir musim penghujan. Pemeliharaan lanjutan ketika salah satu pohon terkena hama dan penyakit seperti hama ulat dan penggerek batang dilakukan penyemprotan menggunakan pestisida secara rutin minimal 2 kali seminggu sampai hama dan penyakit hilang. Produksi

alpukat tergantung jumlah dan musim. jumlah pohon yang dimiliki petani di Kecamatan Bandungan beragam, mulai dari jumlah terkecil adalah 7 pohon dan terbanyak adalah 70 pohon, rata – rata jumlah pohon tersebut adalah 29 pohon dengan produksi keseluruhan petani rata-rata 1.429 kg/musim (Lampiran 4).

Jumlah produksi yang dihasilkan tidak stabil, hal tersebut dikarenakan produksi alpukat sangat tergantung pada varietas bibit yang di tanam dan pemeliharaan saat awal pembungaan. Tidak stabilnya produksi alpukat berpengaruh terhadap harga jual dan pendapatan yang diterima oleh petani. Hal ini sesuai dengan pendapat Suliyanto (2010) yang menyatakan bahwa jumlah produksi harus dapat diperhitungkan dengan baik dan maksimal, karena ketika jumlah produksi terlalu banyak akan mengakibatkan penumpukan produksi sehingga harga jual rendah dan mempengaruhi pendapatan yang diterima.

Masa panen alpukat di Kecamatan Bandungan 4-5 tahun setelah tanam karena petani sudah menggunakan bibit sambung pucuk yang pohonnya dapat berbuah lebih cepat dan mutu produksi lebih baik. Setelah pohon berbuah dan siap dipanen kemudian langsung dijual ke pengepul, pengecer dipasar atau pedagang besar. Sistem penjualan yang dilakukan sebagian petani pada saat kekurangan modal usaha yaitu menjual kepada pengepul desa alpukat pada saat pohon berbunga atau belum dipetik dengan harga yang di perkirakan oleh pengepul sekitar Rp. 500.000-, sampai Rp. 2.000.000,-/pohon/tahun. Pekiraan harga ini tergantung besar kecilnya batang pohon dan besar kecilnya buah yang dihasilkan serta pohon-pohon tersebut sudah pernah di tebas (panen) oleh pengepul. Hal ini sesuai dengan pernyataan pengepul yang

bernama Pendi 42 tahun, “perkiraan harga tergantung produksi, besar kecilnya buah dan besar-kecilnya pohon. Lalu yang bisa di perkirakan harganya sama pengepul adalah pohon sambung misal varietas wina dan pluang kalau umur 4-5 tahun produksi 2 kw/pohon diambil biaya perawatan harga Rp. 1.500.000,-/pohon. Proses setelah panen dilakukan oleh pedagang besar yaitu dengan melakukan penyortiran, kemudian melakukan penyimpanan didalam box, kemudian 1–2 jam setelah itu alpukat dikirim. Berikut rata-rata pendapatan petani alpukat dari hasil penjualan permusim panen dapat dilihat pada Tabel 9 berdasarkan data Lampiran 4.

Tabel 9. Rata-rata Pendapatan Petani Alpukat Permusim Panen

Uraian	Jumlah
	--permusim panen--
Produksi (kg/musim)	1.429
Harga Jual (Rp)	10.100
Total Penerimaan (Rp/musim) (Produksi x Harga Pembelian)	14.432.900
Total Biaya Produksi(Rp/musim)	1.650.900
Total Pendapatan(Rp/musim)	12.782.000

Output dari panen bahwa rata-rata pendapatan petani alpukat selama satu musim panen yaitu sebesar Rp 12.782.000,-/musim panen, pendapatan tersebut diperoleh dari hasil penerimaan yaitu Rp 14.432.900,-/musim panen dikurangi dengan biaya produksi yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 1.650.900,-/musim panen (Lampiran 4.). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Ekowati *et al.* (2014), yang menyatakan bahwa pendapatan usahatani merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya produksi.

4.4. Kondisi Rantai Pasok

Kondisi rantai pasok alpukat digambarkan pada kerangka *Food Suplly Chain Network* (FSCN) yang dimodifikasi dan kembangkan oleh Van der Vorst (2006). Kerangka rantai pasok alpukat mengkaji 6 unsur yaitu sasaran rantai, struktur rantai, manajemen rantai, sumber daya rantai, proses bisnis rantai dan kinerja dari rantai pasok alpukat.

4.4.1. Sasaran Rantai Pasok

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di Kecamatan Bandungan dapat diketahui bahwa sasaran rantai pasok merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh semua anggota yang terlibat dalam memasarkan produk di jaringan rantai pasok. Sasaran pasar ini menjelaskan tujuan rantai pasok alpukat di Kecamatan Bandungan. Menurut Hidayat *et al.* (2017) tujuan sasaran rantai dibagi menjadi dua yaitu sasaran pasar dan sasaran pengembangan. Kondisi rantai pasok pada bagian sasaran rantai pasok menjadi salah satu bagian penting yang menentukan baik buruknya kondisi yang terjadi di dalam jaringan rantai pasok.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa sasaran pasar produk alpukat sudah mencapai semua konsumen pada pasar domestik seperti pasar tradisional, swalayan, restoran dan kios-kios dipinggir jalan di pulau Sumatra, Kalimantan, Bali dan Pulau Jawa khususnya pasar Induk di DKI Jakarta. Beberapa daerah tersebut tidak mampu menghasilkan

alpukat, dikarenakan letak geografis berada di daerah perkotaan atau keadaan wilayah yang tidak memenuhi syarat tumbuh komoditas alpukat, sehingga untuk memenuhi kebutuhan buah alpukat di daerah tersebut harus mendatangkan langsung dari daerah sentra alpukat seperti dari Kecamatan Bandungan.

Proses produk alpukat bisa sampai kepasar diluar daerah Kecamatan Bandungan berawal dari petani memasarkan alpukat saat panen melalui bantuan pengepul di desa atau menjual langsung ke pedagang besar dan kios-kios pedagang pengecer yang berada di sekitar Pasar Bandungan di Desa Jetis. Pedagang besar dan pengecer di sekitar Pasar Bandungan menjadi anggota rantai pasok yang memperluas penjualan alpukat yang dihasilkan petani di Kecamatan Bandungan. Pedagang besar adalah anggota yang menjual alpukat ke berbagai pelanggan di luar kota Kecamatan Bandungan seperti *buyer* restoran, pasar modern dan pasar induk di berbagai Provinsi di Indonesia. Pedagang besar ini selain menerima alpukat dari petani kecamatan Bandungan tapi juga menerima alpukat dari beberapa daerah lain seperti Kecamatan Sumowono, Kecamatan Ambarawa dan Kecamatan Salat tiga ada juga yang berasal dari daerah Sumatera, Jawa Barat dan Jawa Timur dikarenakan kekurangan alpukat di daerah sekitar Kecamatan Bandungan untuk memenuhi pasokan pasar di luar kota pada musim panas. Pedagang pengecer di pasar Bandungan menjual kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah sedikit dan tidak dapat di prediksi kapan membeli seperti penjual minuman dan makanan diluar kota mauapun konsumen untuk konsumsi.

Sasaran pengembangan yang diinginkan petani adalah peningkatan pengetahuan petani mengenai budidaya alpukat yang baik terutama pemeliharaan alpukat dari saat muncul bunga dan menghasilkan buah sampai siap panen agar produk yang dihasilkan bermutu saat dipasarkan. Mutu produk yang baik diharapkan meningkat harga jual yang ditawarkan ketika melakukan transaksi jual-beli. Sasaran pengembangan yang diinginkan pengepul adalah peningkatan kualitas alpukat yang dihasilkan oleh petani dan pengembangan hubungan antara anggota rantai pasok agar tidak menyebabkan penyimpangan informasi dalam rantai pasok terutama harga jual dan beli. Peningkatan kualitas dilakukan untuk menghasilkan produk bermutu sehingga terjadi kesinambungan ketika transaksi jual beli produk agar harga yang diterima anggota rantai lebih tinggi. Sasaran pengembangan untuk pedagang besar dan pengecer pasar yaitu memperluas jaringan pemasarannya hingga ke luar pulau dan ekspor ke negara lain. Sasaran pengembangan yang diinginkan semua anggota rantai pasok adalah peningkatan hubungan antara anggota rantai menyangkut koordinasi anggota rantai pasok. Pengembangan ini dimaksudkan juga untuk mengendalikan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Koordinasi yang baik antara sektor hulu dan hilir dapat mengurangi resiko kekurangan atau kelebihan pasokan alpukat di pasar karena siklus pemasaran bisa diprediksi. Koordinasi dan kerjasama dalam menentukan harga pasar alpukat yang sangat fluktuatif di Pasar Bandung, sehingga diharapkan penurunan dan peningkatan harga di pasar dapat terkendali. Kerjasama ini juga diharapkan mampu mendorong peningkatan penjualan alpukat

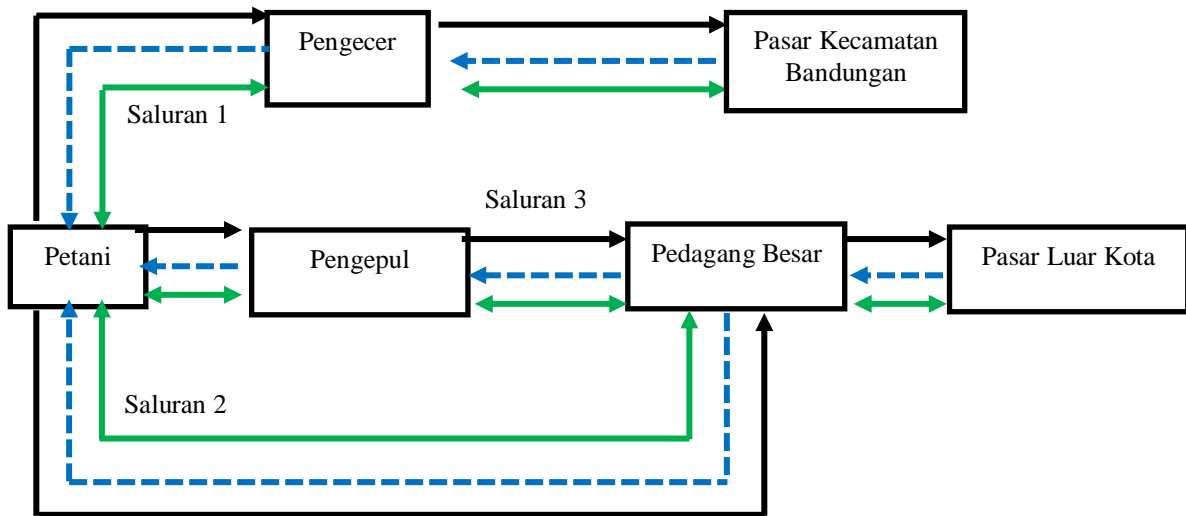
dengan kualitas yang lebih baik, meningkatkan pasokan suplai alpukat dan meningkatkan keuntungan di tiap sektor rantai pasok yang terlibat.

4.4.2. Struktur Rantai Pasok

Struktur rantai pasok merupakan bentuk atau susunan pada proses rantai pasok produk dari hulu hingga hilir. Struktur rantai pasok melibatkan semua pelaku dalam siklus distribusi yang dimulai dari petani sebagai produsen alpukat sampai ke konsumen akhir. Anggota yang terlibat dalam struktur rantai pasok alpukat terdiri dari petani, pengepul, pedagang besar, dan pengecer di pasar. Setiap pengelompokan pelaku rantai pasok ini didasarkan pada peran yang dilakukan sama.

Pada rantai pasok alpukat di Kecamatan Bandungan terdapat tiga saluran pemasaran yang terbentuk. Saluran pertama terdiri dari Petani-Pengecer-Konsumen pasar Kecamatan Bandungan, saluran kedua melibatkan Petani-Pedagang Besar-Konsumen pasar Luar Kota, saluran ketiga melibatkan Petani- Pengumpul - Pedagang Besar- Konsumen Pasar Luar Kota. Saat penelitian ditemukan 50% petani menggunakan tipe saluran ketiga untuk menyuplai alpukat, 45% petani menggunakan saluran pemasaran tipe kedua, dan 5% petani menggunakan saluran pemasaran tipe pertama. Panjangnya saluran pemasaran yang dipengaruhi oleh lokasi distribusi produk akan menyebabkan semakin panjang pula rantai pasoknya. Pelaku dalam rantai pasok berperan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. sehingga produk dapat dijangkau dengan efektif dan efisien. Semakin panjang saluran pemasaran dalam suatu rantai pasok, maka semakin besar pula margin harga alpukat

yang diterima oleh produsen hingga ke konsumen akhir. Semakin panjang pula suatu saluran pemasaran juga menyebabkan rendahnya tingkat efisiensi pemasaran pada rantai pasok tersebut. Berikut saluran pemasaran alpukat yang terjadi di Kecamatan Bandungan digambarkan dalam Ilustrasi 4:



Keterangan :

- : Aliran Produk
- ←- - - : Aliran Keuangan
- ←- - -→ : Aliran Informasi

Ilustrasi 4. Aliran Produk, Keuangan, dan Informasi

a. Petani

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa petani alpukat menjadi pelaku pertama dalam rantai pasok alpukat di Kecamatan Bandungan. Petani berperan dalam proses budidaya untuk menjaga kestabilan ketersediaan alpukat dipasaran, penentu kualitas dan kuantitas alpukat. Petani

melakukan peranannya dari membudidayakan sampai dengan melakukan pemanenan. Aktifitas petani ini dimulai pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan tanaman (penyambungan (*grafting*), pemberantasan gulma, penyiraman, pemupukan dan pemangkasan), pengendalian hama dan penyakit, serta pemanenan. Varietas yang ditanam di setiap daerah berbeda- beda, untuk daerah kecamatan Bandungan menanam alpukat lokal biasa yang disambung dengan varietas unggulan lokal seperti alpukat jenis wina, pluang, muria, dan si cantik yang berat rata-rata berkisar 600 - 800 gram. Pohon lokal yang di sambung (*grafing*) oleh petani karena terdapat jaminan bahwa varietas alpukat tersebut dapat menaikkan produktifitas menjadi 70-100 kg/pohon., namun begitu hal tersebut tergantung kepada perawatan yang digunakan oleh petani.

Petani alpukat yang dijadikan responden dalam penelitian ini berjumlah 40 orang yang berada di Kecamatan Bandungan. Petani menjual hasil produksi kepada pengepul dengan harga pembelian dengan tidak membedakan varietas yang di tanam namun berdasarkan kualitas buah. Harga alpukat sendiri berfruktuasi setiap hari, petani menjual alpukat kisaran Rp. 7.000,- sampai Rp. 12.000,- pada musim panen yaitu musim penghujan dan akan lebih mahal dua kali lipat waktu memasuki musim panas . Petani memiliki hubungan yang kuat dengan pengepul desa selama bertahun-tahun. Petani mendapatkan banyak bantuan dari pengumpul desa sehingga timbul rasa saling percaya yang kuat. Petani mendapatkan bantuan berupa penyambungan (*grafting*) alpukat dari pengepul desa dan pengepul desa merupakan warga desa tersebut, sehingga ketika nanti panen pilihan pertama menjual jatuh pada pengepul

desa tersebut, hal tersebut tidak wajib apabila pengepul desa tidak memiliki modal untuk membeli hasil panen petani tersebut. Permasalahan jual beli tersebut adalah, pengepul desa memberikan harga fluktuatif kadang rendah dan kadang tinggi tergantung harga di tingkat pedagang besar. Fungsi dari petani sebagai pelaku utama dalam rantai pasok alpukat ini adalah melakukan proses budidaya tanaman alpukat agar siap untuk dipasarkan kepada pelaku rantai pasok selanjutnya.

b. Pengepul

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa pengepul menjadi pelaku kedua setelah petani didalam rantai pasok alpukat. Pengepul selaku pelaku kedua dalam rantai pasok bertindak sebagai penghubung antara petani alpukat dengan pedagang besar di pasar maupun pedagang besar di luar kota. Pengepul bertindak sebagai perantara yang membeli dari petani untuk dijual kembali kepada pedagang. Pada penelitian ini di dapat pengepul berjumlah 5 orang, ada tiga pengepul yang mempunyai pekerjaan lain menjadi petani. Ketiga pengepul ini selain mendapatkan alpukat dari hasil membeli dari para petani, ada juga dari hasil budidayanya. Kebanyakan pengepul melakukan pembelian alpukat langsung datang kerumah petani, kemudian menjual alpukat ke pedagang besar di sekitar Pasar Bandungan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada dua pengepul yang menggunakan sistem kontrak kepada petani dalam jual-beli kontrak. Pengepul membayar kepada petani berdasarkan jumlah pohon yang siap berbuah dipetani

kemudian kegiatan dari perawatan hingga pemanenan dilakukan oleh pengepul dengan dibantu oleh petani. Seperti halnya yang dilakukan oleh Bapak Pendi selaku pengepul alpukat di Kecamatan Bandungan membayar sejumlah Rp 1.500.000,- /pohon selama setahun kepada petani yang dijadikan langganannya. Namun sistem kontrak ini masih bersifat *mouth to mouth* dan mengandalkan kepercayaan satu sama lain. Volume pembelian alpukat oleh pengepul berkisar 100–400 kg dalam sekali transaksi. Pengepul membeli alpukat untuk dijual kepada para pedagang besar di Pasar Bandungan dengan harga rata rata berkisar Rp 10.000,- – Rp 15.000,- /kg. Harga yang ditetapkan ini tergantung kualitas alpukat di pasar. Cara pembayaran yang dilakukan dari pengepul ke petani dibayar dengan cara membayar tunai kepada petani setelah menerima alpukat. Hampir tidak ada yang melakukan pembayaran setelah alpukat yang dibelinya dari petani laku terjual.

c. Pedagang Besar

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa pedagang besar yang dijadikan responden merupakan pedagang yang membeli dan menjual alpukat dalam jumlah besar lebih dari 1000 kg/hari, di wilayah Kecamatan Bandungan. Pedagang besar membeli alpukat dari petani langsung atau melalui perantara seperti pengepul. Pedagang besar biasanya menerapkan sistem sortasi dan *grading* dalam pembelian alpukat di pengepul dan petani, alpukat yang di beli oleh pedagang dengan harga rata-rata untuk kelas besar yaitu Rp. 15.000,-/kg dan kelas kecil yaitu Rp. 10.000,-. Pedagang besar biasanya hanya membeli alpukat pada kelas

A (besar) dan kelas B (sedang) dikarenakan permintaan pasar sedangkan kelas C (kecil) jarang dibeli dan dijual ke luar kota. Kelas ini dibedakan berdasarkan ukuran, keadaan kulit buah dan kerusakan buah akibat hama buah. Ciri kelas A adalah memiliki ukuran buah lebih dari 500 gr dengan kulit hijau mulus dan tidak terserang ulat buah, ciri kelas B adalah memiliki ukuran buah berkisar antara 250 gr – 400 gr dengan kulit dengan kulit sebagian kecil mengalami kerusakan dan tidak terserang ulat buah dan terlalu matang, dan kelas C (reject) adalah ukuran buah kecil kurang dari 250 gr, kulit mulus atau rusak serta alpukat yang ada di kelas A dan kelas B yang terserang hama ulat termasuk ke kelas C.

Sistem ini sebenarnya diterapkan oleh pedagang besar pengepul dan petani dapat membiasakan diri dan mengetahui informasi mengenai kualitas yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga kedepannya diharapkan pengepul dan petani dapat meningkatkan kualitas alpukat yang sesuai dengan konsumen akhir. Pedagang besar biasanya juga telah memiliki petani ataupun pengepul langganan sehingga akan menerima produk secara terus menerus dari petani ataupun pengepul tersebut. Pedagang besar rata-rata membeli alpukat sampai 136,5 kw/musim atau 1.066 kg/hari dari petani dan pengepul di Kecamatan Bandungan dan daerah diluar daerah untuk memenuhi kebutuhan pasar. Pembelian alpukat ke luar daerah tergantung dengan jumlah pasokan alpukat dari petani dan pengepul di Kecamatan Bandungan. Pedagang menjual barang dagangannya ke pasar luar kota baik modern atau tradisional. Pedagang akan mengirim langsung alpukat menggunakan kendaraan yang dimiliki atau mengirim menggunakan jasa pengiriman barang. Pemasaan produk ini

hingga ke beberapa daerah di pulau Jawa, Sumatra, Bali, dan Kalimantan. Pedagang besar menjual dengan harga berkisar Rp 20.000,- sampai Rp 28.000,- per Kg pada musim hujan yaitu November – April dan akan lebih mahal pada saat memasuki Musim Kemarau.

d. Pengecer

Pengecer merupakan salah satu pelaku dalam rantai pasok alpukat di Kecamatan Bandungan. Pengecer dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjual alpukat kepada konsumen yang berlokasi di Pasar Bandungan, baik memiliki kios maupun tidak. Pengecer dipasar biasanya membeli alpukat dari petani langsung yang datang mengantar ke pasar. Pengecer di pasar tidak membeli alpukat dari satu petani melainkan lebih dari satu tergantung petani yang menjual alpukatnya ke pasar. Pengecer rata-rata membeli alpukat antara 50 kg – 300 kg dalam seminggu. Hal ini tergantung dengan permintaan pasar. Pengecer menjual barang dagangannya kepada konsumen akhir. Konsumen akhir biasanya datang langsung ke pasar untuk membeli. Pengecer di pasar menjual alpukat dengan rata-rata harga berkisar Rp 21.600,- per kg tergantung musim buah alpukat. Penjualan yang dilakukan oleh pengecer mempunyai target konsumen masyarakat yang berwisata di kecamatan Bandungan dan masyarakat yang melewati wilayah pasar Bandungan. Jumlah produksi rata – rata alpukat yang dibeli pengecer yaitu 1.980 kg/musim (Lampiran 11) dengan harga beli rata – rata dari petani dan pengepul sebesar Rp 10.100/kg (Lampiran 11).

Peran setiap anggota rantai pasok saling berkaitan dimana setiap anggota melakukan fungsi-sungsi pemasaran dalam memaksimalkan nilai yang dihasilkan. Setiap anggota rantai pasok harus melakukan perannya dengan baik, supaya rantai pasok alpukat dapat berjalan secara efektif dan efisien hingga ke tangan konsumen dan mendapatkan keuntungan secara berkelanjutan. Peranan anggota rantai pasok dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Peran Anggota Rantai Pasok

Tingkatan	Anggota	Proses	Kegiatan
Produsen	Petani Alpukat	Pembelian, Budidaya, Distribusi, Penjualan	- Melakukan proses pembelian sarana produksi dan bibit, membudidayakan alpukat dari pengolahan tanah sampai panen, menjual alpukat ke pembeli
Distributor	Pengepul	Pembelian, Penyimpanan, Penjualan	- Melakukan pembelian alpukat dari petani, menyimpan sebelum dijual, melakukan penjualan ke Pedagang besar di pasar
	Pedagang Besar	Pembelian, Penyimpanan, Penjualan	- Melakukan pembelian alpukat dari petani dan pengepul, melakukan <i>grading</i> dan menyimpan sebelum dijual, memasok alpukat ke pasar luar kota Kecamatan Bandung
Ritel	Pengecer di Pasar	Pembelian, Penyimpanan, Penjualan	- Melakukan pembelian alpukat dari petani terutama langganan dan menjual alpukat kepada pembeli

4.4.3. Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai menjelaskan langkah-langkah yang diambil anggota rantai pasok dalam setiap kegiatan manajemen rantai. Hal ini didukung oleh pendapat Herawati *et al.* (2015) manajemen rantai pasok menjelaskan bagaimana pentingnya pemilihan mitra, kesepakatan yang terjalin pada anggota-anggota dalam rantai pasok, dan sistem transaksi yang dilakukan dalam rantai pasok. Petani dalam anggota rantai pasok sebagai pelaku pertama bertindak sebagai perencanaan, produksi dengan budidaya alpukat dan memasarkan produk hasil panennya. Petani selaku perencana melakukan perencanaan mengenai proses produksi agar dapat memenuhi permintaan konsumen. Petani merencanakan jenis bibit, jumlah yang ditanam dalam luas lahan yang dimiliki, pupuk, pestisida, dan sarana produksi yang digunakan untuk budidaya, target melakukan pemanenan dan kemana akan menjual produknya kelak setelah panen serta memperkirakan harga jual yang akan laku di pasar agar tidak terjadi kerugian. Petani sebagai produsen bertindak dalam memproduksi buah alpukat berdasarkan permintaan dan yang diinginkan pasar. Petani sebagai pemasar bertindak menjual alpukat sampai ketangan konsumen akhir dengan melakukan kegiatan tawar-menawar harga dengan pelaku pasar lain yang terlibat dalam rantai pasok alpukat.

Menurut Herawati *et al.* (2015) Pemilihan mitra sangat penting dilakukan dalam kegiatan manajemen rantai karena kinerja mitra menentukan keberhasilan usaha. Pemilihan mitra yang dilakukan melakukan beberapa pertimbangan tertentu agar merasa saling percaya dan kedua belah pihak mendapatkan hasil yang saling

menguntungkan. Pertimbangan ini, seperti harga yang lebih baik, lokasi mitra, pihak yang sudah menjadi langganan, dan ada hubungan kekeluargaan. kenyataannya para pelaku rantai pasok alpukat terutama petani tidak memiliki kriteria tertentu yang dipertimbangkan dalam menjalin kerjasama, hanya mengandalkan sikap saling percaya dan kontraktual hanya bersifat mulut ke mulut antara anggota rantai. Petani alpukat di Kecamatan Bandung rata-rata mempunyai langganan tetap untuk menjual alpukat yang artinya sudah menumbuhkan sikap saling percaya antar petani dengan pengepul atau pedagang besar maupun pengecer di Pasar Bandung. Pengepul, pedagang besar ataupun pengecer yang dipilih sebagai mitra adalah yang sudah menjadi pelanggan tetap dan pengepul yang berasal dari tempat yang sama dengan petani sehingga antara keduanya lebih mengandalkan kepercayaan yang tumbuh karena adanya rasa saling membutuhkan dan menguntungkan. Pengepul yang sudah lama menjadi langganan dengan petani biasanya melakukan kontrak agar menjual hasil panennya langsung ke pengepul tersebut. Sistem kontrak yang dilakukan yaitu membayar sesuai pohon yang siap berbuah yang dimiliki petani selama setahun dengan harga sekitar Rp. 500.000,- sampai Rp.2.000.000,-/pohon kemudian pengepul melakukan perawatan dan pemanenan serta *grading* sesuai permintaan pasar, namun ada pula pengepul membeli langsung ke lokasi kebun milik petani dan membayar dengan tunai ke petani. Pengecer yang dipilih petani dipasar dengan membeli alpukat secara tunai dengan harga yang pantas. Kriteria untuk pedagang besar yang dipilih oleh pengepul kurang lebih sama, membeli alpukat dengan harga yang pantas dan menjalin transaksi dengan membayar lunas sesuai

dengan kualitas buah dengan harga yang telah di sepakati serta langganan yang membeli alpukatnya.

Menurut Rohmah *et al.* (2018) Kesepakatan kontraktual menjelaskan hal hal yang disepakati oleh pihak yang bermitra baik secara formal dan informal dengan memberikan gambaran mengenai tanggung jawab dan batasan-batasan yang harus dilakukan oleh semua anggota yang terlibat dalam jangka waktu yang telah disepakati. Kesepakatan yang terjadi diantara petani alpukat, pengepul, pedagang besar dan pengecer merupakan kontrak yang dilakukan secara informal melalui kesepakatan secara lisan dan saling percaya. Kesepakatan pedagang besar dengan beberapa pasar modern juga dilakukan secara informal melalui lisan dengan beberapa kesepakatan yang ditetapkan. Kesepakatan ini berkaitan dengan harga jual, jumlah, kualitas alpukat yang dikirim dan jangka waktu pengiriman alpukat.

Sistem transaksi alpukat pada petani dan lembaga pemasar dalam rantai pasok alpukat di Kecamatan Bandungan tidak melalui kesepakatan yang kontraktual karena dipengaruhi oleh sistem penjualan alpukat dimana alpukat langsung dijual ke setiap pelaku dalam rantai pasok tanpa adanya rencana pembelian sebelumnya oleh mereka. Sistem transaksi alpukat antara petani dan anggota rantai pasok lainnya adalah sistem tunai yaitu membayar langsung ketika ingin mendapatkan produk. Hal itu terjadi hingga ke konsumen tingkat akhir. Sistem transaksi ini akan membuat aliran uang dalam rantai pasok menjadi lancar, lebih mudah dan kedua belah pihak yang melakukan transaksi merasa diuntungkan dan dipercaya. Sebagian besar transaksi ini terjadi ditempat penjual atau pun rumah petani.

4.4.4. Sumber Daya Rantai

Sumber daya sangat diperlukan dalam rantai pasok untuk mengefisiensikan seluruh aktifitas pemasaran alpukat dan bermanfaat dalam pengembangan seluruh anggota rantai pasok di Kecamatan Bandungan. Menurut Herawati *et al.* (2015) sumber daya rantai yang dipelajari meliputi sumber daya fisik, sumber daya teknologi, sumber daya manusia dan sumber daya permodalan.

Sumber daya fisik yang digunakan dalam rantai pasok seperti lahan bertani, sarana produksi, transportasi dan sarana prasarana pengangkutan. Berdasarkan hasil penelitian lahan yang digunakan dalam membudidayakan alpukat adalah lahan perkebunan dan lahan pekarangan yang dimiliki sendiri atau bagi hasil. Penyediaan bibit alpukat didapatkan oleh petani dari membeli sendiri ataupun bantuan dari pemerintah daerah, pupuk dan obat-obatan dibeli sendiri oleh petani. Peralatan yang dimiliki petani seperti cangkul, sabit, *handsprayer* dan ember dibeli sendiri. Sarana transportasi petani cukup memadai kendaraan motor karena akses menuju kebun lumayan jauh untuk mengangkut buah kerumah dan menjualnya ke pengepul atau kepasar.

Sumber daya fisik yang dimiliki pengepul untuk aktifitas pemasaran pengepul memiliki timbangan, karung dengan kapasitas 60 kilogram, dan tali rafia. Sarana transportasi pengepul untuk mengangkut alpukat cukup memadai. Pengepul menggunakan kendaraan motor untuk mengangkut alpukat dalam jumlah sedikit dan dalam jumlah besar menyewa berupa mobil *pick up* untuk melancarkan proses

pembelian dan penjualan dengan biaya sebesar Rp. 200.000.- sampai dengan Rp. 500.000,- tergantung jarak tempuh. Sumberdaya fisik yang dimiliki pedagang besar, selain bangunan gudang yang lebih besar juga kendaraan niaga berbentuk truk dan mobil *pick up* yang mampu mengangkut alpukat dalam jumlah lebih banyak serta pegawai untuk kegiatan sortasi dan *grading*. Saran dan prasarana cukup memadai karena jarak ke pedagang di Pasar Bandungan cukup dekat dengan kondisi jalan beraspal sehingga menunjang lancarnya kegiatan rantai pasok alpukat di Kecamatan Bandungan.

Penerapan teknologi yang sudah diterapkan pada saat ini adalah kegiatan budidaya yaitu sambung atau *grafting*, yang bertujuan untuk menghasilkan volume dan kualitas buah yang dibutuhkan konsumen. Pada kegiatan pasca panen belum ada teknologi yang digunakan oleh petani dan pengepul maupun pedagang besar dalam menjaga kualitas buah alpukat. Sumberdaya manusia pada rantai pasok melibatkan anggota yang saling berinteraksi sehingga terjadi pengaliran produk, informasi, dan uang. Menurut Fajar (2014) sumberdaya rantai pasok terdiri dari petani, pengepul, pedagang besar, pegawai atau buruh, penyuluh lapangan, dan pengecer. Petani adalah sumberdaya rantai yang paling penting. Petani dalam mendapatkan tenaga buruh untuk bekerja di lahan juga cukup mudah. Banyak dari masyarakat sekitar yang mau membantu para petani alpukat untuk mengurus lahannya. Pekerjaan yang dilakukan di antaranya perawatan, pemupukan, dan pemanenan. Sebagian besar petani menggunakan tenaga kerja dalam keluarga, sedangkan lembaga pemasaran lainnya, seperti pengepul, dan pedagang besar, menggunakan tenaga kerja keluarga dan non

keluarga tergantung volume produk untuk membantu kegiatan bongkar muat, sortasi dan pengiriman.

Sumber daya permodalan untuk usahatani alpukat ataupun proses jual-beli lembaga pemasaran lainnya berasal dari modal sendiri. Petani menyisihkan sebagian uang hasil penjualan untuk perawatan musim berikutnya. Perputaran modal yang dilakukan oleh petani digunakan untuk tetap menjaga keberlangsungan usahatani yang dilakukan petani. Apabila ada beberapa masalah yang membuat petani menjadi rugi seperti ketika terjadi panen sedikit akibat musim kemarau dan penyakit, maka akan menyebabkan perputaran modalnya kurang baik. Jika hal ini terjadi, petani akan mencoba usaha lain dengan modal yang masih tersisa dengan menjalankan usaha lain atau menanam tanaman yang tahan terhadap kemarau. Permodalan yang dimiliki antar anggota rantai pasok di Kecamatan Bandungan saling beketergantungan dimulai dari petani kepada lembaga lainnya yang melakukan kegiatan transaksi jual beli alpukat. Petani memerlukan modal untuk pengolahan lahan, pupuk dan tenaga untuk panen, kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang tidak bisa ditunda sehingga memerlukan uang dalam waktu yang cepat, modal petani didapatkan dari pembeli, sedangkan sebagian besar modal yang dimiliki pengepul didapatkan dari pedagang besar.

4.4.5. Proses Bisnis Rantai Pasok

Menurut Hidayat *et al.* (2017) proses bisnis rantai terdiri dari dua bagian yaitu hubungan proses bisnis dan pola distribusi, hubungan proses bisnis disini lebih ke

peran anggota-anggota rantai pasoknya yang di mulai dari petani sampai ke distributor dan ritel rantai pasok alpukat (Lihat Tabel 10.), sedangkan pola distribusi menjelaskan siklus distribusi yang di bagi menjadi tiga aliran yaitu aliran barang, aliran finansial, dan aliran informasi.

1. Hubungan Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai merupakan seluruh proses yang terjadi selama pemasaran alpukat di Kecamatan Banadungan. Menurut Arif (2018) proses bisnis dalam rantai pasok yang baik adalah rantai pasok yang terintegrasi, sehingga meningkatkan hasil dari keseluruhan rantai pasok tersebut. Proses bisnis yang terjadi karena siklus tawar-menawar yang berjalan terus-menerus antara anggota rantai pasok yang terlibat dalam pola distribusi produk. Siklus rantai pasok yang terjadi di Kecamatan Bandungan hanya terjadi pada bahan baku alpukat yang belum diolah masih dalam buah dimana pengepul, pedagang besar dan pengecer berperan sebagai distributor alpukat kekonsumen dan petani sebagai penyedia produk alpukat. Petani memutuskan harga jual alpukat berdasarkan harga yang berlaku di pasar, penetapan harga jual dan beli berasal dari kesepakatan yang terjadi antar penjual dan pembeli. Harga jual alpukat fluktuatif tergantung pasokan yang terdapat di pasar dan harga lebih murah ketika panen raya. Harga alpukat akan melambung tinggi apabila permintaan tinggi dan kelangkaan alpukat di pasar. Pada periode musim panas bulan Mei hingga Oktober produksi alpukat di Kecamatan Bandungan sedikit sehingga harga melambung tinggi.

Kekuatan tawar-menawar dapat terjadi melalui dua arah atau dominan salah satunya. Pada rantai pasok alpukat, kekuatan tawar-menawar petani kurang dominan

dari pengepul dan pedagang besar sehingga petani mengikuti harga yang ditetapkan pengepul dan pedagang besar. Harga beli alpukat dari petani kepada pengecer setara sehingga dapat terjadi tawar-menawar dan memutuskan harga yang telah disepakati bersama. Kekuatan tawar-menawar pengepul dengan pedagang besar lebih dominan pedagang besar karena harga sudah mutlak dipasar. Kekuatan tawar-menawar pengecer dan pedagang besar di Pasar Bandung dan Pasar Luar kota lebih dominan pengecer dan pedagang besar karena harga sudah mutlak yang ada di pasar pada periode tersebut. Perbedaan yang terdapat pada pembelian alpukat oleh anggota rantai pasok setelah petani hanya terletak pada volume pembelian. Menurut Fajar (2014) Volume pembelian akan lebih banyak pada anggota yang permodalan dengan tingkatan lebih tinggi, dimana pedagang besar membeli dalam jumlah banyak untuk disalurkan ke pasar luar daerah.

2. Pola Disitribusi

Siklus distribusi rantai pasok di Kecamatan Badungan berjalan seiring dengan proses bisnis yang menggambarkan aliran material, aliran keuangan, dan aliran informasi yang terjadi antar anggota rantai. Produk yang didistribusikan dalam ketiga aliran adalah buah alpukat. Hal-hal yang dibahas meliputi kelancaran aliran apakah berjalan dengan lancar atau tidak, bagaimana pelaksanaannya, dan apa kendala yang dihadapi dalam setiap aliran ini. Saat penelitian ditemukan petani menggunakan tipe saluran ketiga untuk menyuplai alpukat sebanyak 50%, petani menggunakan saluran pemasaran pola kedua sebanyak 45%, dan petani menggunakan saluran pemasaran pola pertama sebanyak 5%. Saluran pemasaran 1 merupakan saluran yang digunakan

petani ketika menghasilkan alpukat dalam jumlah sedikit dan langsung menjual ke pedagang pengecer atau jika petani sudah mengenal dekat pedagang pengecer tersebut. Saluran pemasaran 2 merupakan saluran yang digunakan petani ketika menghasilkan alpukat dalam jumlah banyak (>100 kg) dan kualitas buah yang baik, langsung dijual ke pedagang besar atau jika petani sudah mengenal dekat dan langganan pedagang besar. Saluran pemasaran 3 merupakan saluran pemasaran yang banyak digunakan petani karena petani membutuhkan uang cepat tunai tanpa mengkhawatirkan buah alpukat yang dihasilkan pohon bagus atau jelek itu sudah menjadi tanggung jawab pengepul. Petani yang pohon alpukat berbuah atau sudah siap panen, langsung dijual ke pengepul yang sudah kenal dekat baik sistem kontrak atau langsung tunai. Pengepul tersebut biasanya langsung menjual ke pedagang besar yang sudah memesan dalam jumlah banyak pada hari tertentu karena sudah langganan dan juga karena kerja sama permodalan pengepul itu sendiri, pedagang pengepul jarang menjual langsung ke konsumen. Berdasarkan hal ini harga alpukat ditentukan persediaan alpukat di pengepul, jika persediaan masih mencukupi harga yang ditawarkan ke petani rendah, namun bila persediaan sedikit untuk memenuhi pesanan maka harga yang ditawarkan ke petani saat itu juga akan tinggi.

a. Aliran Material

Aliran material yaitu aliran produk dari produsen hingga sampai ke konsumen. Aliran produk dimulai dari petani di mana petani menanam bibit alpukat dan merawat sampai berbuah usia 4 – 5 tahun. Pada saat buah sudah hampir matang petani mulai memanen buah. Proses panen yang berlangsung selama 1 bulan sekali

setiap 4 – 6 bulan tergantung jumlah buah yang ada dipohon karena matang buah di pohon tidak sama, selanjutnya dikemas dan dijual kepada pengecer, pengepul dan pedagang besar. Responden petani juga ada yang menjual alpukat kepada pengepul dengan sistem kontrak pada saat pohon berbunga atau buah belum siap panen kepada pengepul dengan harga yang di perkirakan oleh pengepul jumlah buah atau bakal buah selama satu tahun. Pengepul kemudian membawa ke pasar untuk dijual kepada pedagang besar di pasar. Pedagang pengecer di pasar menjual produknya kepada para pembeli di pasar, sedangkan pedagang besar menjual produknya setelah melalui penyortiran dan *grading* kemudian dijual kepasar luar kota (lihat Ilustrasi 3.). Aliran produk alpukat dari petani hingga pedagang besar belum terintegraisasi dengan baik, balum ada siklus pengiriman ataupun kuantitas alpukat yang dikirim tidak bisa diprediksi dengan baik tergantung jumlah produksi petani setiap musim, sedangkan aliran produk dari pedagang besar ke pasar luar kota dapat diprediksi waktu pengiriman, dan harga yang diperoleh namun untuk volume pengiriman tergantung ketersediaan produk pada saat itu.

b. Aliran Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa aliran uang terjadi karena adanya timbal balik karena adanya proses distribusi produk. Aliran keuangan ini berlangsung dari konsumen hingga ke produsen. Aliran keuangan di Kecamatan Bandungan berawal konsumen kepada pengecer maupun pedagang besar dimana mengalir ke pengepul, kemudian mengalir ke petani (Lihat ilustrasi 4.). Pada tingkat pengepul untuk menjamin kelancaran aliran keuangan

bisanya meminjam modal kepada pedagang besar tanpa ada jaminan apapun hanya bermodal kepercayaan dan faktor kedekatan namun hasil pembelian dari petani dijual kembali ke pedagang besar. Pinjaman sendiri dikatakan sebagai pinjaman untuk tambahan modal usaha. Pengelolaan aliran keuangan di Kecamatan Bandungan bisa dikatakan sistem keuangan yang tergolong lancar dan sudah dikelola dengan baik dengan sistem pembayaran tunai, kekurangannya tidak adanya kesepakatan tertulis untuk meningkatkan sikap saling tanggung jawab akan kewajibannya anggota rantai pasok hanya berdasarkan sikap saling percaya. Kesepakatan tertulis ini meliputi syarat dan jadwal pembayaran (Arif, 2018).

c. Aliran Informasi

Aliran informasi yang terjadi antara anggota rantai pasok di Kecamatan Bandungan adalah permintaan pasar, harga pasar, informasi jenis bibit, informasi jenis pupuk dan pestisida, teknik budidaya, dan penerapan teknologi. Informasi soal harga terjadi antar pelaku yang terlibat didalam aliran keuangan, informasi tersebut mengalir dari Pasar Luar Kota ke distributor sampai ke petani. Kelemahan dari aliran informasi mengenai harga yaitu informasi mengenai harga alpukat berubah dengan cepat seiring dengan permintaan pasar, kualitas dan ketersediaan pasokan alpukat. Petani memperoleh informasi terkait permintaan pasar, harga pasar, jenis bibit, pupuk, pestisida dan cara budidaya yang baik, berasal dari pengepul dan antara petani yang saling memberikan informasi, sehingga informasinya mengalir ke pengepul kemudian ke sesama petani. Pedagang besar dan pengecer di Kecamatan Bandungan menjadi pemegang kendali utama dalam rantai pasok karena sumber utama informasi

harga, permintaan pasar dan kualitas serta pasokan produk berawal dari pengecer dan pedagang besar menyebar ke semua anggota rantai lainnya.

4.5. Kinerja Rantai Pasok

Menurut Herawati *et al.* (2015) kinerja rantai pasok adalah ukuran hasil dari proses bisnis yang dilakukan oleh seluruh anggota rantai untuk mencapai tujuan rantai pasok, yaitu kepuasan konsumen akhir. Kinerja rantai pasok alpukat di Kecamatan Bandungan diukur dengan efisiensi pemasaran yang mencerminkan penyebaran keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran. Alat ukur efisiensi pemasaran yaitu margin pemasaran dan *farmer's share*.

Indikator margin pemasaran dianalisis untuk mengetahui harga produk yang diterima konsumen akhir dan harga yang diterima produsen (Habibi *et al.*, 2015). Margin pemasaran setiap anggota rantai pasok merupakan selisih dari harga pembelian produk dan harga beli produk. Margin pemasaran mencerminkan banyaknya biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh setiap anggota rantai pasok sebagai balas jasa terhadap kontribusi yang diberikan (Fajar, 2014). Besarnya margin pemasaran berbeda antara setiap lembaga pemasaran karena setiap lembaga pemasaran melakukan kegiatan atau fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda pula. Apabila semakin panjang saluran pemasaran semakin besar margin pemasaran, maka akan menyebabkan harga yang diterima produsen semakin kecil dan semakin mengindikasikan saluran tersebut kurang efisien (Nuriati, 2018). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai margin adalah sebagai berikut.

Tabel 11. Nilai Marjin Pemasaran Alpukat di Kecamatan Bandungan

No.	Anggota Rantai Pasok	Saluran Pemasaran				
		1	2		3	
		-----Rp/kg-----				
Kelas		0	A	B	A	B
1.	Petani					
	Harga jual	10.100	15.000	10.250	10.100	10.100
2.	Pengepul					
	Harja Beli				10.100	10.100
	Harga Jual				15.000	10.250
	Marjin Pemasaran				4.900	150
3.	Pedagang Besar					
	Harga Beli		15.000	10.250	15.000	10.250
	Harga Jual		25.000	19.750	25.000	19.750
	Marjin Pemasaran		10.000	9.500	10.000	9.500
4.	Pengecer					
	Harga Beli	10.100				
	Harga Jual	21.600				
	Marjin Pemasaran	11.500				
5.	Konsumen					
	Harga Beli	21.600				
6.	Konsumen Pasar Luar Kota					
	Harga Beli		25.000	19.750	25.000	19.750
	Total Marjin	11.500	10.000	9.500	14.900	9.650

Keterangan: kelas 0 = membeli semua jenis alpukat tanpa menentukan kelas; kelas A= hanya membeli alpukat pada kelas A; kelas B = hanya membeli alpukat pada kelas B.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa besar nilai marjin ketiga saluran berbeda karena setiap lembaga pemasaran mempunyai peran pemasaran yang berbeda. Pada saluran pemasaran 1 petani menjual alpukat pada pengecer tanpa melakukan *grading* semua kelas dan varietas buah dibeli pengecer berdasarkan harga yang di sepakati. Saluran pemasaran 2 (dijual ke pasar luar kota) petani hanya menjual alpukat ke pedagang besar hanya untuk kelas A dan

kelas B sedangkan saluran pemasaran 3 (dijual ke pasar luar kota) petani melalui perantara pengepul menjual alpukat ke pedagang besar hanya untuk kelas A dan kelas B. Berdasarkan Tabel 11. Total nilai marjin pada saluran pemasaran 1 yaitu Rp 11.500,-, total nilai marjin saluran pemasaran 2 untuk kelas A yaitu Rp 10.000,- dan kelas B Rp 9.500,- sedangkan total nilai marjin pada saluran pemasaran 3 untuk kelas A yaitu Rp 14.900,- dan kelas B Rp. 9.650,-. Saluran pemasaran 3 merupakan saluran terpanjang dengan total marjin tertinggi dibandingkan saluran pemasaran 2 yang memiliki total marjin terendah di antara semua saluran, meskipun sama-sama produk alpukat dijual ke pasar luar kota. Hal ini disebabkan pada saluran 3 petani menggunakan perantara pengepul untuk menjual alpukat ke pedagang besar sedangkan saluran pemasaran 2 langsung menjual ke pedagang besar sehingga mempengaruhi besarnya marjin harga yang diperoleh petani selaku produsen karena pengepul dan pedagang besar dalam proses pemasaran memerlukan waktu yang cukup lama dan biaya cukup besar yang terdiri dari biaya tenaga kerja, pengangkutan, penggudangan, *packaging* dan resiko kerusakan (Lampiran 6 dan 8). Saluran pemasaran 2 dan 3 ini menjadi konsumen akhir adalah konsumen diluar daerah kecamatan Bandungan, namun penelitian ini hanya sampai di pedagang besar, sehingga saluran pemasaran ini tergolong panjang karena jarak untuk mencapai konsumen akhir harus melalui beberapa pedagang perantara dan memerlukan waktu yang cukup lama.

Saluran pemasaran 1 merupakan saluran yang digunakan petani ketika menghasilkan alpukat dalam jumlah sedikit, langsung menjual ke pengecer karena harga

yang ditawarkan dari pengepul dan karena sangat mengenal dekat. Hal ini sesuai pendapat Putri *et al.* (2017) yang menyatakan semakin lama petani kenal dan sering dibantu pedagang tersebut maka petani cenderung menjual produk ke pedagang tersebut. Hal ini karena adanya faktor kepercayaan terhadap pedagang yang umumnya tetangga dalam lingkungan desanya. Saluran pemasaran alpukat di Kecamatan Bandungan tergolong panjang, karena melalui pedagang pengecer, pengepul dan pedagang besar kemudian ke luar daerah. Alpukat merupakan salah satu produk yang bersifat mudah rusak, sehingga jika saluran makin panjang akan mengurangi kualitas dan memperbesar biaya pemasaran dari alpukat itu sendiri.

Farmer's share merupakan indikator efisiensi pemasaran selain margin pemasaran. Indikator ini mengukur seberapa besar bagian yang diterima petani sebagai kontribusi yang dilakukan terhadap harga pembelian akhir pada sebuah saluran pemasaran dalam jaringan rantai pasok. Hal ini didukung oleh pendapat Jumiaty *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa *farmer's share* merupakan bagian tingkat harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Menurut Hidayat *et al.* (2017) persentase *farmer's share* yang semakin tinggi menggambarkan rantai pasok yang semakin efisien. Akan tetapi, *farmer's share* yang tinggi tidak mutlak menunjukkan bahwa pemasaran berjalan dengan efisien. Hal ini berkaitan dengan besar kecilnya manfaat yang ditambahkan pada produk yang dilakukan lembaga perantara atau pengolahan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah

dilaksanakan dapat, diketahui *farmer's share* pada saluran pemasaran adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Nilai *Farmer's Share* Alpukat di Kecamatan Bandungan

Keterangan	Saluran Pemasaran 1		Saluran Pemasaran 2		Saluran Pemasaran 3	
	0	A	B	A	B	
Kelas						
Harga ditingkat Produsen (Rp/kg)	10.100	15.000	10.250	10.100	10.100	
Harga tingkat Konsumen (Rp/kg)	21.600	25.000	19.750	25.000	19.750	
<i>Farmer's Share</i> (%)	46,76	60,00	51,89	40,40	51,14	

Keterangan: kelas 0 = membeli semua jenis alpukat tanpa menentukan kelas; kelas A= hanya membeli alpukat pada kelas A; kelas B = hanya membeli alpukat pada kelas B.

Bedasarkan Tabel 12. Menunjukkan bahwa nilai *farmer's share* pada saluran 1 adalah sebesar 46,7 %, nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran 2 untuk kelas A yaitu 60,00% dan kelas B yaitu 51,89%, sedangkan nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran 3 untuk kelas A yaitu 40,40% dan kelas B yaitu 51,14%(Lampiran 12). Nilai *farmer's share* ketiga saluran pemasaran yang ada dalam rantai pasok alpukat ini tergolong efisien dikarenakan berada diangka lebih besar dari 40%. Hal ini seperti ungkapan Soekartawi. (2002) menyatakan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh suatu produsen dikatakan efisien dapat dilihat dari nilai *farmer's share*, apabila nilai persentasenya > 40% dapat dikatakan efisien dan kurang efisien apabila < 40%. Efisiensi pemasaran dapat tercapai jika biaya pemasaran ditekan dan selisih harga ditingkat konsumen dan produsen tidak terlalu besar. Semakin sedikit lembaga pemasaran yang terlibat dapat dapat menekan biaya pemasaran dan pengambilan

keuntungan setiap lembaga dapat lebih baik. Panjang pendeknya saluran pemasaran tergantung banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat. Semakin panjang saluran pemasaran maka keuntungan yang diperoleh produsen akan semakin kecil dan semakin mengindikasikan saluran tersebut semakin tidak efisien (Nuriati, 2018). Menurut Mubyanto (2002) pemasaran dikatakan efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu mampu membagikan keuntungan adil dari seluruh harga yang dibayarkan konsumen akhir pada semua pihak yang terlibat dalam produksi dan pemasaran produk, dan mampu menyampaikan produk ke konsumen dengan biaya yang murah.

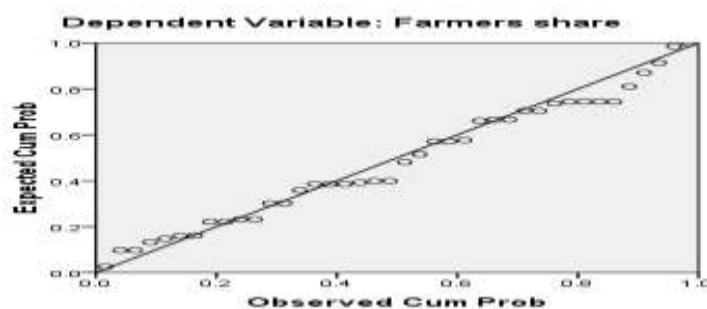
4.6. Analisis Data Statistik

1.6.1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residu

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Ilustrasi 5. Grafik Histogram

Berdasarkan grafik histogram Ilustrasi 5. bahwa grafik normal *probability plot* titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah grafik histogram. Pengujian yang dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov pada nilai residual diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,592 > 0,05$ (Lampiran 13), sehingga disimpulkan data residual terdistribusi normal. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil uji regresi yang dilakukan memenuhi asumsi normalitas. Senada dengan pendapat Ghozali (2011) bahwa model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila data plotting(titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal didalam grafik.

b. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan uji multikolinieritas yang telah dilakukan didapatkan hasil pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga ditingkat petani	0,467	2,143
Harga ditingkat konsumen	0,454	2,205
Saluran Pemasaran	0,957	1,045

Berdasarkan Tabel 13. didapatkan hasil bahwa variabel harga ditingkat petani setelah dilakukan uji multikolinieritas mempunyai nilai *tolerance* sebesar $0,467 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2,143 < 10$. Variabel harga ditungkat konsumen setelah

dilakukan uji multikolinieritas mempunyai nilai *tolerance* sebesar $0,454 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2,205 < 10$. Variabel saluran pemasaran setelah dilakukan uji multikolinieritas mempunyai nilai *tolerance* sebesar $0,957 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,045 < 10$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi linier berganda yang digunakan. Hal ini sesuai dengan pendapat Purnomo (2017) yang mengatakan bahwa apabila nilai VIF < 10 dan *tolerance* $> 0,1$ maka data tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat melalui Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Autokorelasi

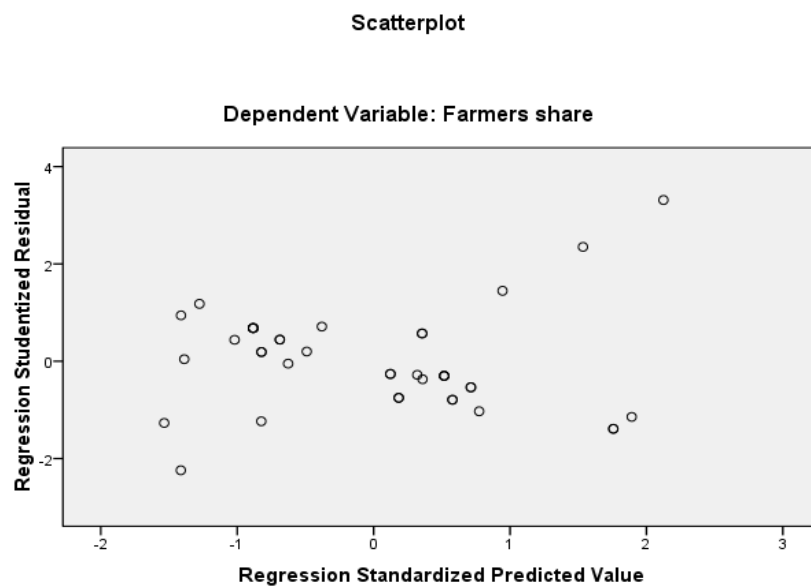
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate	Durbin-Watson
1	0,993 ^a	0,985	0,984	0,4587	1,693

Hasil dari Tabel 14. bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,693. Nilai *Durbin-Watson* (DW) yang diperoleh dibandingkan nilai tabel DW dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah responden ($n = 40$) dan jumlah variabel independen ($k=3$), maka didapatkan nilai batas atas ($du = 1,66$), sehingga diperoleh nilai $(4 - du)$ sebesar 2,34. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai DW berada diantara nilai (du) dan nilai $(4 - du)$ ($1,66 < 1,693 < 2,34$), sehingga dapat diartikan bahwa model regresi yang digunakan pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi. Sependapat dengan

Suliyanto (2011) yang mengatakan bahwa model regresi yang baik apabila nilai *Durbin-Watson* berada diantara dU dan $4-dU$ ($dU < DW < 4-dU$) maka dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan uji heterokedastisitas yang telah dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:



Ilustrasi 6. Grafik *Scatterplot*

Berdasarkan Ilustrasi 6. diperoleh hasil bahwa titik-titik pada grafik *Scatterplot* tidak membentuk pola seperti menyempit kemudian melebar, bergelombang, mengumpul ditengah serta titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini sesuai dengan pendapat Nisfiannoor (2009) mengatakan bahwa apabila tidak

terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah atau menyempit kemudian melebar dan sebaliknya serta tersebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan data tidak terjadi pada model regresi.

1.6.2. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis pada penelitian ini yaitu uji regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh harga ditingkat petani, harga ditingkat konsumen, saluran pemasaran terhadap efisiensi pemasaran alpukat. Variabel independen pada penelitian ini yaitu harga ditingkat petani(X_1), harga ditingkat konsumen(X_2), dan saluran pemasaran(X_3) sedangkan variabel dependen pada penelitian ini yaitu efisiensi pemasara(Y). Berikut hasil uji regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B
Konstanta (a)	39,122
Harga ditingkat petani (X_1)	0,004
Harga ditingkat konsumen(X_2)	-0,002
Saluran Pemasaran(X_3)	0,219

Hasil Tabel 16. diperoleh persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 39,122 + 0,004X_1 - 0,002X_2 + 0,219X_3 + e$$

Penjelasan dari persamaan regresi diatas sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 39,122, artinya jika nilai harga ditingkat petani, harga ditingkat konsumen, saluran pemasaran dan volume produksi sama dengan 0, maka efisiensi pemasaran alpukat di Kecamatan Bandungan bernilai 39,122.
2. Koefisien regresi variabel Harga ditingkat petani (X_1) sebesar 0,004. Hal tersebut berarti bahwa jika variabel harga ditingkat petani terjadi kenaikan bernilai satu, maka efisiensi pemasaran akan naik sebesar 0,004 dengan syarat variabel bebas yang lain nilainya tetap. Hal ini berarti bahwa efisiensi pemasaran alpukat memiliki hubungan dengan variabel harga ditingkat petani. Semakin tinggi harga diterima oleh petani dan semakin rendah harga pada tingkat lembaga pemasaran maka margin atau selisih harga yang ada ditingkat petani dengan lembaga pemasaran semakin kecil dan *share* yang diterima oleh petani semakin besar, sehingga hal ini mengindikasikan harga yang diterima oleh petani pada sistem pemasaran tersebut efisien. Petani seringkali tidak bisa menentukan harga jual dan harga jual merupakan harga pasar. Namun, petani memiliki kebebasan menjual kepada pedagang perantara yang berani membeli harga lebih tinggi sekaligus menjadi langganan.
3. Koefisien regresi variabel harga ditingkat konsumen (X_2) sebesar -0,002. Nilai koefisien regresi sebesar -0,002 dapat diartikan jika variabel harga ditingkat konsumen terjadi kenaikan bernilai satu, maka efisiensi pemasaran akan mengalami penurunan sebesar 0,002 dengan syarat variabel bebas yang lain nilainya tetap. Hal ini berarti bahwa variabel harga ditingkat konsumen memiliki hubungan dengan efisiensi pemasaran. Ketika harga ditingkat konsumen mengalami

kenaikan dengan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat sedangkan harga ditingkat petani tetap menyebabkan selisih harga dalam saluran rantai pasok semakin besar dan *share* yang diterima oleh petani akan semakin kecil, hal ini menjadi indikasi ketidak efisienan sistem pemasaran alpukat didalam rantai pasok.

4. Koefisien regresi variabel saluran pemasaran (X_3) sebesar 0,219. Hal tersebut dapat diartikan bahwa apabila variabel saluran pemasaran terjadi kenaikan bernilai satu, maka efisiensi pemasaran akan mengalami kenaikan sebesar 0,219 dengan syarat variabel bebas yang lain nilainya tetap. Hal ini disebabkan karena petani menganggap bahwa saluran pemasaran yang dilakukan tidak tergantung tingkatan saluran pemasaran. Petani dalam menggunakan saluran pemasaran berdasarkan tingkat kepercayaan dan kedekatan kepada pedagang perantara baik itu pengepul, pengecer, maupun kepedagang besar yang umumnya sudah kenal lama atau tetangga dalam suatu desa, selain itu petani yang berpendidikan dan berumur cukup muda cenderung menjual ke pedagang besar dengan lingkup yang lebih luas umumnya memiliki harga tawar yang lebih tinggi walaupun mempunyai ketentuan khusus untuk alpukat yang di jual.

a. Uji t

Uji t pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel harga ditingkat petani, harga ditingkat konsumen, dan saluran pemasaran terhadap efisiensi pemasaran alpukat di Kecamatan Bandungan secara parsial atau sendiri-sendiri. Uji t dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat yaitu efisiensi pemasaran. Hasil analisis Uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini terdapat pada Tabel 16.

Tabel 16. Hasil Uji t

Variabel	Sig.
Harga ditingkat petani	0,000
Harga ditingkat konsumen	0,000
Saluran Pemasaran	0,090

Berdasarkan Tabel 16. menjelaskan bahwa pada variabel harga ditingkat petani memiliki nilai nilai sig. 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa sig. < 0,05, sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel harga ditingkat petani berpengaruh nyata terhadap efisiensi pemasaran alpukat di Kecamatan Bandungan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila harga yang diterima ditingkat petani tinggi dan dinikmati petani maka semakin meningkat efisiensi pemasaran alpukat di Kecamatan Bandungan. Senada dengan pendapat Muslim dan Darwin (2012) yang menyatakan tinggi rendahnya harga diterima dan seharusnya dinikmati petani merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi efisiensi saluran pemasaran.

Hasil dari Tabel 16. menunjukkan bahwa pada variabel harga ditingkat konsumen memiliki nilai sig. 0,000. Hal tersebut menunjukkan sig. < 0,05, dapat dijelaskan bahwa variabel harga ditingkat konsumen berpengaruh secara nyata terhadap terhadap efisiensi pemasaran alpukat di Kecamatan Bandungan. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkat harga alpukat ditingkat konsumen dan harga ditingkat petani tetap menyebabkan *farmers share* menurun nilai sehingga dapat menurunkan efisiensi pemasaran alpukat karena bagian yang dapat dinikmati petani semakin kecil. Hal ini senada dengan pendapat Faot *et al.*(2019) pada penelitiannya yang menyatakan semakin panjang saluran pemasaran dan naiknya harga konsumen maka akan mempengaruhi nilai *farmers share* diterima petani karena harga jual ditingkat petani kecil dibandingkan konsumen akhir sehingga dapat menurunkan efisiensi pemasaran.

Tabel 16. menunjukkan hasil bahwa pada variabel saluran pemasaran nilai sig. sebesar 0,090. Hal tersebut menunjukkan bahwa sig. > 0,05, dapat diartikan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel saluran pemasaran tidak berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran. Hal tersebut dikarenakan petani beranggapan dalam memasarkan alpukat berdasarkan tingkat kepercayaan kepada pedagang perantara baik itu pengepul, pengecer, maupun kepedagang besar yang umumnya sudah kenal lama sekaligus langganan atau tetangga dalam suatu desa tidak terpatok dengan harga yang ditawarkan, kecuali petani yang berumur cukup muda cenderung menjual alpukat ke pedagang dengan lingkup yang lebih luas umumnya memiliki harga tawar yang lebih tinggi walaupun biaya dikeluarkan untuk pemetikan dan pengangkutan cukup banyak serta mempunyai ketentuan khusus untuk alpukat yang di beli oleh pedagang tersebut. Hasil penelitian menunjukkan petani menjual alpukatnya pada saluran ketiga dimana posisi tawar petani rendah karena harga pembelian ditentukan oleh harga pasar. Kuatnya posisi tawar petani merupakan salah satu faktor utama

efisiensi pemasaran, semakin tinggi posisi tawar petani maka pendapatan petani meningkat selanjutnya kesejahteraan petani meningkat.

b. Uji F

Uji F pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel harga ditingkat petani, harga ditingkat konsumen, saluran pemasaran dan volume produksi secara serempak terhadap efisiensi pemasaran alpukat di Kecamatan Bandungan. Uji F dilakukan dengan cara melihat anova untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) secara serempak terhadap variabel terikat (dependent). Hasil analisis Uji F yang telah dilakukan pada penelitian ini terdapat pada Tabel 17.

Tabel 17. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.
1 Regression	504,541	3	1628,180	799,394	2,84	0,000 ^a
Residual	7,574	36	0,210			
Total	512,115	39				

Hasil yang diperoleh berdasarkan Tabel 17. bahwa nilai F hitung sebesar 799,394 dengan nilai sig. sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan F hitung > F tabel dengan nilai $799,394 > 2,84$ serta nilai sig. $< 0,05$, sehingga bisa di jelaskan bahwa H₀ ditolah dan H₁ diterima, dapat diartikan bahwa variabel harga ditingkat petani, harga ditingkat konsumen, dan saluran pemasaran secara serempak atau bersama-sama mempengaruhi efisiensi pemasaran. Hal ini senada dengan pendapat

Suliyanto (2011) bahwa pada uji F apabila nilai $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima dan dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Hal tersebut juga senada dengan pendapat Ghozali (2011) bahwa pengambilan keputusan pada uji F jika nilai F hitung $> F$ tabel dan nilai probability sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 , artinya semua variabel independen secara serempak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Berdasarkan uji koefisien determinan yang telah dilakukan pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa nilai R Square sebesar 0,985 (Lampiran 14), artinya pengaruh variabel independen (harga ditingkat petani, harga ditingkat konsumen, saluran pemasaran, volume produksi) secara serempak menjelaskan variasi variabel dependen (efisiensi pemasaran) sebesar 98,5% dan sisanya dijelaskan oleh variabel bebas lain yang tidak terdapat pada penelitian. Nilai koefisien determinan yang mendekati satu dapat diartikan bahwa variabel independen memberi semua informasi yang diperlukan dalam memprediksi variasi variabel dependen. Menurut Ghozali (2011) bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas, sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu artinya variabel independen hampir sempurna dalam menjelaskan variabel dependen.