

MODEL RANTAI NILAI PADA KOMODITAS MANGGA GEDONG GINCUDI KABUPATEN MAJALENGKA

OLEH :
ADE YUNITA, SE

AAN JULIA, SE. M.SI

ABSTRAK

Jawa Barat merupakan daerah yang potensial untuk pengembangan di sektor pertanian (Tanaman Pangan dan Holtikultura). Hal tersebut terbukti dengan keberhasilan Jawa Barat sebagai daerah penghasil mangga ke-2 terbesar setelah Jawa Timur dengan mangga unggulannya yaitu mangga gedong gincu. Salah satu sentra mangga jenis ini di Jawa Barat yaitu Kabupaten Majalengka. Namun dalam perkembangannya masih ada permasalahan di tingkat *On Farm Agribusiness* maupun *Off Farm Agribusiness*, antara lain penciptaan nilai tambah antar pelaku belum seimbang dan manajemen rantai pasok yang belum tertata sehingga rantai nilai mangga gedong gincu pun belum mampu menyediakan mutu produk yang lebih baik yang dapat menciptakan kesejahteraan bagi para pelaku rantai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model rantai pasok mangga gedong gincu, mengetahui nilai tambah setiap rantai pasok tersebut dan mengetahui rantai yang paling menikmati keuntungan dari komoditas mangga gedong gincu sehingga dapat diketahui model rantai nilai pada komoditas mangga gedong gincu tersebut. Metode yang digunakan yaitu metode perhitungan nilai tambah Hayami dan Model Manajemen Rantai Pasok.

Dari hasil analisis model manajemen rantai pasok dan analisis nilai tambah diketahui bahwa ada 13 model rantai pasok untuk komoditas mangga gedong gincu di Kabupaten Majalengka. Petani besar banyak menghasilkan mangga dengan standar kualitas grade A/B sedangkan banyak petani kecil justru banyak menghasilkan mangga dengan standar kualitas grade C. Sehingga keuntungan yang diperoleh pun berbeda. Pedagang merupakan pihak yang paling diuntungkan karena dalam pengadaan mangga pedagang tidak banyak mengeluarkan biaya sedangkan resiko kerugian petani cukup besar yaitu ketika terjadinya gagal panen. Rantai yang paling menikmati keuntungan yaitu rantai dimana eksportir langsung memperoleh mangga dari petani besar langsung. Hal tersebut

menunjukkan semakin pendek jalur rantai maka rantai tersebut semakin efektif. Terkait dengan harus adanya eksistensi petani maka pemerintah perlu campur tangan dengan memberikan bantuan baik dalam bentuk pelatihan, pendampingan lapangan dan bantuan obat-obatan supaya biaya dapat ditekan dan keuntungan pun dapat dimaksimalkan dengan mempertahankan standar kualitas ekspor.

Kata Kunci: Rantai Nilai, Nilai Tambah, Mangga Gedong Gincu.

I. LATAR BELAKANG

Sektor Pertanian di Jawa Barat merupakan sektor terbesar ketiga setelah Sektor Industri Pengolahan dan Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran. Namun output yang dihasilkan oleh sektor Pertanian juga sangat mendukung berkembangnya kedua sektor terbesar tersebut. Sektor pertanian merupakan sektor yang sangat potensial, selain mampu memenuhi kebutuhan pangan serta sebagai mata pencaharian masyarakat Jawa Barat, sektor pertanian ini juga menjadi salah satu pemasok bagi daerah-daerah lain di luar Jawa Barat. Salah satu sub sektor pertanian yang memiliki prospek di masa yang akan datang adalah produk hortikultura, yang terdiri dari sayuran, buah-buahan dan bunga, yang berperan penting dalam meningkatkan volume dan nilai ekspor, peningkatan gizi masyarakat serta kesejahteraan petani.

Kementerian Pertanian telah menetapkan visinya yaitu "Terwujudnya Pertanian Industri Unggul Berkelanjutan yang Berbasis Sumber Daya Lokal untuk Meningkatkan Kemandirian Pangan, Nilai Tambah, Daya Saing, Ekspor, dan Kesejahteraan Petani". Pemerintah Jawa Barat menselaraskan visi tersebut melalui salah satu arah pengembangan hortikultura Jawa Barat adalah "Terwujudnya Subsistem Produksi Hortikultura Dalam Usaha Agribisnis Yang Berdaya Saing, Berkelanjutan Dan Mensejahterakan Petani".

Untuk mewujudkan visi di atas, pemerintah melalui Keputusan Menteri Pertanian No. 511/Kpts/PD.310/9/2006 tentang Komoditas Tanaman binaan Nasional menetapkan bahwa komoditas Mangga sebagai salah satu yang perlu perhatian khusus untuk dikembangkan dan untuk

daerah pengembangannya salah satunya di Jawa Barat (Direktorat Jenderal Holtikultura, 2011). Jawa Barat sendiri saat ini sedang mengembangkan komoditas mangga, khususnya mangga gedong gincu sebagai komoditas unggulan, Hal tersebut mengingat mangga jenis ini sudah mampu menembus pasar ekspor dan memiliki harga yang kompetitif. Sentra produksi Mangga di Jawa Barat terdapat di Kabupaten Indramayu, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Kuningan dan Kabupaten Majalengka. Namun untuk mangga gedong gincu akan lebih dikembangkan di Kabupaten Majalengka. Berikut Negara-negara yang sudah menjadi sasaran ekspor komoditas mangga jenis ini yaitu Kawasan Timur Tengah seperti Arab Saudi, Kuwait dan Bahrein, bahkan Singapura, Malaysia, China, Hongkong dan Belanda.

Tabel 1. Produksi Mangga Kabupaten Majalengka Tahun 2006-2009 (Ton)

Tahun	Produksi Mangga
2006	42188.5
2007	44912.2
2008	45223.8
2009	46608.8

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Majalengka dan Jawa Barat

Sebagai salah satu sentra mangga di Jawa Barat, produksi mangga di Kabupaten Majalengka selama empat tahun terakhir di Kabupaten Majalengka mengalami peningkatan rata-rata per tahun yaitu 2,47 persen (lihat tabel 1). Ada tiga jenis mangga yang dikembangkan di Kabupaten Majalengka yaitu Mangga Gedong Gincu,

Harumanis dan mangga Cengkir. Pengembangan ketiga jenis mangga tersebut dilakukan oleh petani mangga di Kabupaten Majalengka karena mempunyai kualitas rasa cukup tinggi. Namun dari ketiga jenis mangga yang dikembangkan salah satu diantaranya mempunyai nilai tambah yang paling besar dan permintaan pasarnya pun lebih tinggi dibandingkan kedua jenis mangga lainnya. Jenis mangga tersebut yaitu mangga Gedong Gincu. Disamping tampilannya yang menarik dan baunya yang khas, keunggulan mangga jenis ini pun mempunyai daya tahan yang lebih lama dibandingkan mangga lainnya. Mangga jenis ini dapat disimpan tanpa alat pendingin selama 15 sampai 25 hari, semakin lama disimpan maka akan semakin harum serta kadar manisnya semakin bertambah. Hal tersebut yang membuat mangga jenis ini disukai pasar domestik maupun ekspor sehingga mempunyai harga yang lebih kompetitif dibanding mangga jenis lainnya.

Dalam perkembangan mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka, masih terdapat permasalahan-permasalahan baik di tingkat *On Farm Agribusiness* maupun *Off Farm Agribusiness*, yaitu penciptaan nilai tambah antar pelaku belum seimbang dan manajemen rantai pasok yang belum tertata sehingga rantai nilai Mangga Gedong Gincu pun belum mampu menyediakan mutu produk yang lebih baik yang bisa meningkatkan daya saing dan menciptakan kesejahteraan bagi para pelaku rantai. Sebagian besar usaha agribisnis mangga dilakukan oleh petani dengan pengetahuan yang seadanya sehingga mengakibatkan penurunan produksi dan penurunan kualitas. Maka dampaknya tidak memberikan jaminan ketersediaan mangga Gedong Gincu sehingga akibatnya pemasaran

Mangga Gedong Gincu pun masih lemah. Hal ini terjadi karena Mangga Gedong Gincu di Majalengka belum memiliki gambaran yang jelas bagaimana keterkaitan rantai nilai antar para pelaku yang ada sehingga penciptaan nilai tambah dan rantai pasoknya pun belum tergambar dengan jelas. Dengan adanya gambaran rantai nilai pada komoditas Mangga Gedong Gincu ini maka akan memberikan informasi siapa saja stakeholder yang terlibat dalam rantai, berapa nilai tambah yang tercipta di setiap stakeholder yang terlibat dan seperti apakah model rantai pasok yang ada. Dengan demikian gambaran rantai nilai tersebut akan mampu memberikan gambaran potensi perkembangan Mangga Gedong Gincu di Majalengka yang akan memberikan keuntungan maksimum sehingga meningkatkan kesejahteraan para pelaku rantai.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“MODEL RANTAI NILAI PADA KOMODITAS MANGGA GEDONG GINCU DI KABUPATEN MAJALENGKA”**.

II. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana model rantai pasok pada komoditas Mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka?
2. Berapa nilai tambah untuk setiap rantai dari rantai pasok Komoditas Mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka?

III. TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi model rantai pasok pada komoditas Mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka.
2. Mengetahui nilai tambah setiap rantai pasok komoditas Mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka.
3. Mengetahui rantai mana yang paling menikmati keuntungan dari Komoditas Mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka

IV. KERANGKA PEMIKIRAN

Semakin ketatnya persaingan dalam perdagangan internasional akibat adanya perdagangan bebas, menuntut masing-masing negara untuk meningkatkan daya saing produknya. Hal ini dilakukan sebagai kekuatan sekaligus sebagai salah satu upaya suatu negara untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut. Supaya hal tersebut berhasil, maka seluruh rantai-nilai dalam produk tersebut harus mampu menyediakan produk kepada konsumen dengan mutu yang lebih baik dari rantai-rantai nilai di negara pesaing.

Pada kenyataannya banyak negara berkembang belum mampu memiliki kestabilan iklim penunjang usaha yang mendukung lahirnya industri-industri yang berdaya saing tinggi disamping masalah modal investasi yang masih langka. Namun negara berkembang masih memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantages*) dalam penyediaan tenaga kerja, lahan dan eksploitasi sumber daya alam tertentu serta keunggulan iklim dibandingkan dengan negara-negara maju.

Salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing yaitu memperbaiki kembali hubungan antara perusahaan hulu dan perusahaan hilir, sehingga terdapat koordinasi antar perusahaan yang tinggi yang mampu menciptakan produk unggulan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan rantai nilai dalam suatu produk tersebut.

Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) mendefinisikan pendekatan rantai nilai yaitu urutan proses produksi dari masuknya input untuk sebuah produk ke dalam produksi primer, transformasi (perubahan bentuk), pemasaran hingga konsumsi akhir (GTZ, 2008).

Dalam pendekatan rantai nilai GTZ ada 3 model rantai nilai yaitu:

1. Produk yang dihasilkan itu produk langsung tanpa adanya tahapan transformasi atau tahap pengolahan.
2. Produk yang urutan produksinya melewati tahap perubahan bentuk (transformasi) produk atau disebut tahap produksi sekunder.
3. Model rantai yang ketiga ini lebih kompleks karena terkait dengan model rantai pariwisata.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa pemetaan rantai nilai merupakan suatu cara yang efektif dalam menelusuri permasalahan yang terjadi dalam suatu komoditas. Dengan dipetakannya komoditas tertentu maka akan terlihat dengan jelas penciptaan nilai tambah pihak-pihak yang terlibat dalam proses penyedia input, proses produksi, distribusi sampai akhirnya sampai ke konsumen akhir. Sehingga bisa menciptakan produk unggulan yang bisa berdaya saing di pasar domestik maupun internasional. Dengan demikian, pendekatan rantai nilai yang

penulis gunakan dalam penelitian ini merupakan salah satu upaya dalam peningkatan daya saing komoditas Mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka sehingga mangga jenis ini bisa menjadi produk unggulan. Berdasarkan jenis model rantai nilai GTZ diatas maka penelitian ini termasuk jenis model rantai nilai pertama, karena produk yang dihasilkan merupakan produk langsung.

Ketika berbicara rantai nilai tidak bisa dipisahkan dari rantai pasok. Menurut Ruth Campbell dalam tulisannya "Kerangka Kerja Sebuah Rantai Nilai" menyebutkan bahwa rantai nilai merupakan sebuah sistem dari langkah-langkah saling terkait penting untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi untuk konsumen akhir, dimana setiap langkah tersebut menambah nilai produk. Ini sangat mirip dengan suatu rantai pasokan, namun lebih terfokus pada bagaimana nilai ditambahkan bukan bagaimana bahan mentah berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Sehingga dari penjelasan tersebut rantai pasok dan nilai tambah adalah bagian dari rantai nilai.

Dalam industri modern yang berada dalam pasar global dan sangat kompetitif, aktivitas produksi bukan sekedar dipandang sebagai aktivitas mentransformasikan input menjadi output, tetapi dipandang sebagai aktivitas penciptaan nilai tambah, dimana setiap aktivitas dalam proses produksi harus memberikan nilai tambah. Pemahaman terhadap nilai tambah ini penting agar dalam setiap aktivitas berproduksi menghindari pemborosan (*waste*). Dengan demikian produksi dapat dikatakan sebagai suatu aktivitas dalam perusahaan industri berupa penciptaan nilai tambah dari input menjadi output secara efektif sehingga produk sebagai output dari

proses penciptaan nilai tambah tersebut dapat dijual dengan harga yang kompetitif di pasar global (Vincent Gaspersz, 2005:167).

Vincent Gaspers (2005: 179-180) mengatakan bahwa teori produksi konvensional berfokus kepada efisiensi, yaitu :

1. Memproduksi output semaksimal mungkin dengan penggunaan input yang tetap (maksimisasi keuntungan), atau
2. Memproduksi output pada tingkat tertentu dengan biaya produksi seminimum mungkin (minimisasi kerugian).

Konsep nilai tambah menurut Marimin merupakan analisis nilai tambah yang dimulai pada saat pembelian bahan baku sampai dengan produk jadi. Konsep nilai tambah menekankan pada penambahan nilai produk selama proses dalam perusahaan. Selanjutnya dijelaskan pula oleh Marimin bahwa konsep nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi.

Menurut Hayami et.al (1987), Sudyono (2002) dalam Marimin (2010) ada dua cara dalam menghitung nilai tambah yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja. Sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai output lainnya.

Kelebihan dari nilai tambah Hayami:

1. Dapat diketahui besarnya nilai tambah

2. Dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik faktor produksi
3. Dapat diterapkan diluar subsistem pengolahan, misalnya kegiatan pemasaran.

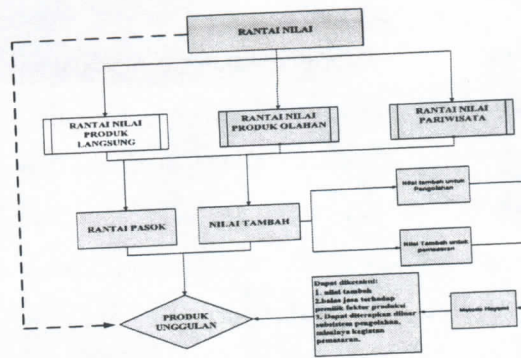
Langkah yang dilakukan adalah :

1. Membuat arus komoditas yang menunjukkan bentuk-bentuk komoditas, lokasi, lamanya penyimpanan dan berbagai perlakuan yang diberikan
2. Mengidentifikasi setiap transaksi yang terjadi menurut perhitungan parsial
3. Memilih dasar perhitungan yaitu satuan input bahan baku bukan satuan output.

Konsep pendukung dalam analisis nilai tambah Hayami untuk subsistem pengolahan adalah sebagai berikut:

1. Faktor konversi merupakan jumlah output yang dihasilkan satu satuan input
2. Koefisien tenaga kerja lapangan, menunjukan jumlah tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk mengolah satuan input
3. Nilai output menunjukkan nilai output yang dihasilkan dari satuan input.

Dengan demikian dalam penelitian ini analisa nilai tambah yang digunakan yaitu analisa nilai tambah metode Hayami. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka dapat dibuat bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran

Untuk melihat nilai tambah yang tercipta setiap pelaku rantai Mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka maka digunakan perhitungan nilai tambah metode Hayami sebagai berikut (Marimin et al., 2010)

Tabel 2. Perhitungan Nilai Tambah Mangga Gedong Gincu

No	Output, input, dan harga	
1	Output (Kg/Hari)	(1)
2	Input bahan baku (kg/hari)	(2)
3	Tenaga kerja langsung (Jam/Hari)	(3)
4	Faktor konversi	(4) = (1)/(2)
5	Koefisien Tenaga kerja (Jam/Kg)	(5) = (3)/(2)
6	Harga produk (Rp/Kg)	(6)
7	Upah tenaga kerja (Rp/Jam)	(7)
Penerimaan dan keuntungan		
8	input bahan baku (Rp/Kg)	(8)
9	Input lainnya (Rp/Kg)	(9)
10	Produksi (Rp/Kg)	(10) = (4) x (6)
11	a. Nilai tambah (Rp/Kg)	(11a) = (10)-(8)-(9)
	b. Rasio nilai tambah (%)	(11b) = (11a)/(10) x 100
12	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	(12a) = (5) x (7)
	b. Pangsa tenaga kerja (%)	(12b) = (12a)/(11a) x 100
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	(13a) = (11a) x (12a)
	b. Rate Keuntungan (%)	(13b) = (13a)/(10) x 100
Balas jasa pemilik faktor produksi		
14	Margin (Rp/Kg)	(14) = (10) x (8)
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (%)	(14a) = (12a)/(14) x 100
	b. Sumbangan input lain (%)	(14b) = (9)/(14) x 100
	c. Keuntungan Perusahaan (%)	(14a) = (13a)/(14) x 100

V. PEMBAHASAN

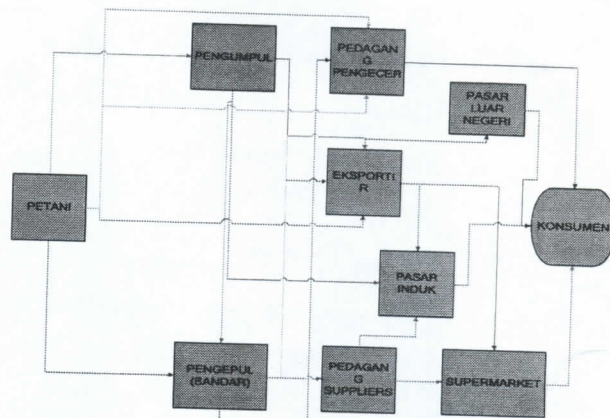
5.1 Rantai Pasok Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Majalengka

Model rantai pasok mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka masih ditentukan oleh

kualitas mangga dengan melakukan sistem pemilahan yaitu menggunakan ukuran grade. Dalam ukuran grade ini terdapat tiga jenis grade yang biasanya digunakan yaitu grade A, B dan C. Grade A dan B yaitu grade yang mempunyai kualitas mangga yang dianggap kualitas mangga kelas atas dan menengah dan ada juga grade C yaitu grade yang mempunyai kualitas mangga kelas bawah. Adanya kelas bawah tersebut dikarenakan terdapat cacat atau tidak sesuai keinginan pasar sehingga disebut sebagai mangga apkir atau mangga sisa. Setelah mangga tersebut dipilah berdasarkan grade maka mangga grade A/B dijual ke pengepul/bandar, pedagang supplier, pasar induk dan supermarket. Sedangkan mangga grade C atau mangga apkir dijual kepada pedagang pengecer (pedagang jongko) namun ada juga mangga apkir yang tembus pasar induk.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan ada beberapa pelaku rantai yang dianggap pelaku inti yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengepul/bandar, pedagang supplier yang kemudian memasarkan ke supermarket dan pasar induk, eksportir dan konsumen. Pada rantai pasok terdapat juga pelaku pendukung rantai yaitu lembaga keuangan bank dan pihak dinas pertanian di Kabupaten Majalengka serta para penyedia bahan baku seperti pupuk, obat-obatan, peti, dus maupun bibit

Berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai pelaku rantai pasok tersebut maka dapat diperoleh model rantai pasok komoditas mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka. Model rantai pasok tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



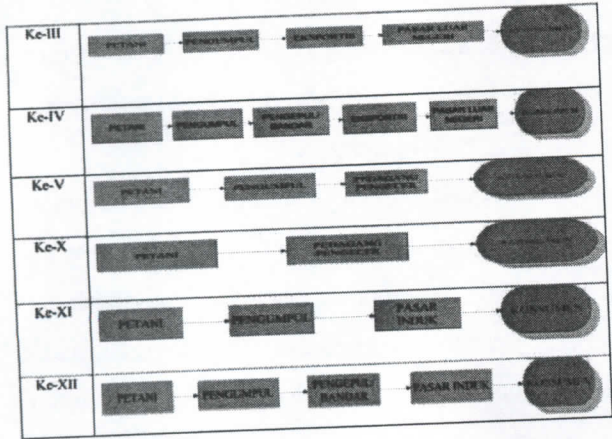
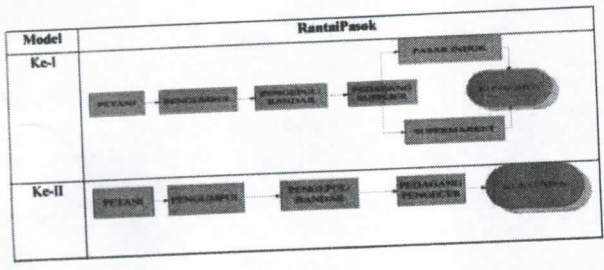
Sumber: Hasil Olahan

Gambar 2. Manajemen Rantai Pasok Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Majalengka

Berdasarkan Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa rantai pasok Mangga Gedong Gincu yang tercipta di Kabupaten Majalengka terdapat beberapa model rantai pasok. Rantai pasok pada mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka mempunyai tiga belas model rantai pasok yang terdiri dari 8 model untuk mangga grade C dan sisanya 5 model rantai pasok untuk mangga grade A dan grade B.

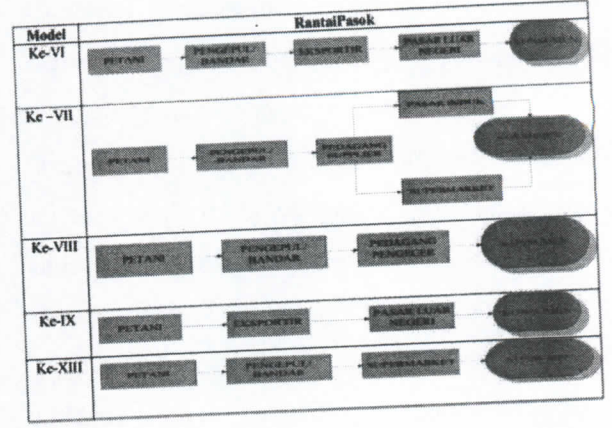
Pada tabel 3. terlihat bahwa model ke-1 sampai dengan model ke-5, ke-10, Ke-11 dan Ke-12 merupakan model rantai pasok untuk buahmangga grade C. Model 1-5 dan 10, 11, 12 merupakan model untuk petani kecil. Hal ini terjadi karena petani kecil mempunyai akses pasar yang tidak begitu luas dalam memasarkan mangganya sehingga melakukan penjualan buah mangga dilakukan secara borongan kepada pengumpul. Akibat dari akses pasar yang terbatas ini membuat petani tidak mempunyai daya tawar yang kuat terhadap pihak pengumpul. selain itu juga petani kecil dalam mengelola mangga tidak begitu teliti sehingga kontrol kualitas pun jarang dilakukan.

Tabel 3. Model rantai pasok mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka untuk Grade C



Selanjutnya pada tabel 4. model rantai pasok ke-6 sampai dengan model ke-9 dan model-13 menunjukkan petani yang terlibat yaitu kebanyakan merupakan petani besar untuk grade A/B. Petani besar tersebut merangkap baik sebagai pengepul/bandar maupun eksportir. Adanya peran ganda ini tidak terlepas dari modal yang dimiliki para petani cukup besar dan akses pasar yang lebih luas sehingga kemitraan yang terjalin pun cukup kuat. Akibat dari kemitraan yang kuat tersebut maka membawa implikasi terhadap petani besar tersebut awalnya hanya merangkap menjadi pengepul/bandar saja kemudian perannya mulai berkembang menjadi eksportir.

Tabel 4. Model rantai pasok mangga Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka untuk Grade A/B



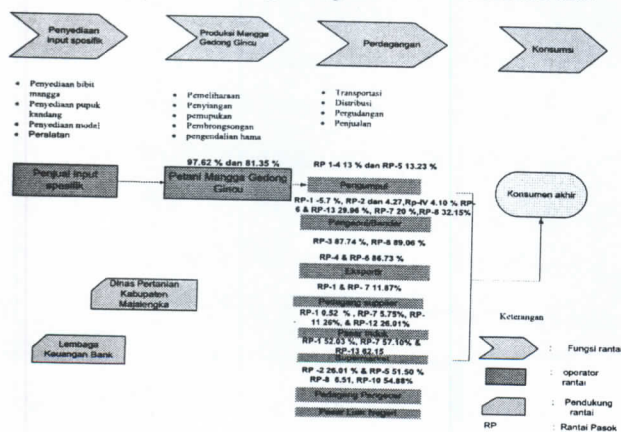
Berdasarkan model-model rantai pasok diatas maka pengepul/bandar perannya sangatlah penting dalam perluasan kemitraan untuk pengembangan mangga gedong gincu di Kabupaten Majalengka. Karena kemudahannya dalam perluasan akses pasar dalam negeri tersebut maka pengepul/bandar itu pun tidaklah terlalu sulit dalam menjalin kemitraan dengan pihak luar negeri. Hal tersebut terjadi apabila pengepul / bandar tersebut memang sudah dapat mengenali struktur pasar yang dihadapi. Artinya pengepul/bandar tersebut dapat mengenal kelebihan dan kekurangan produk yang akan dipasarkan sehingga mempunyai *bargaining position* yang kuat terhadap pasar yang dihadapinya.

Sebaliknya peran petani kecil dalam pengembangan pemasaran mangga sangatlah kurang karena informasi pasar yang diterima masih lemah dan penentuan harga jual pun masih tergantung kepada pihak-pihak yang mempunyai informasi pasar yang kuat yaitu pihak tengkulak. Hal ini lah yang justru membuat para petani

mangga mempunyai *bargaining position* yang lemah. Sehingga pada umumnya harga yang didapat merupakan harga pasar. Akibat terbatasnya pihak-pihak yang mempunyai informasi pasar tersebut maka pihak pengepul/bandar masih sedikit sedangkan para petani mangga sebagai pihak penjual jumlahnya lebih banyak. Berdasarkan uraian tersebut maka struktur pasar yang dihadapi petani mangga gedong gincu mempunyai struktur pasar persaingan tidak sempurna.

5.2 Rantai Nilai Produk Komoditas Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Majalengka

Berdasarkan model rantai pasok dan nilai tambah yang telah dijelaskan maka produk mangga merupakan produk yang tidak bisa lepas dari peran-peran para pelaku yang ada dalam rantai. Sehingga dalam suatu rantai tersebut harus terjalin koordinasi para pelaku rantai dengan baik yang pada akhirnya akan menciptakan rantai nilai yang mampu menciptakan kesejahteraan bagi semua pelaku rantai. Gambaran umum rantai nilai dari komoditas mangga gedong gincu untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut ini.



Sumber : Hasil Olahan

Gambar 3. Model Rantai Nilai Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Majalengka

Berdasarkan gambar 3. diatas menunjukkan bahwa rantai pemasaran mangga gedong gincu bervariasi. Peran pengepul/bandar justru menjadi peran sentral dalam terciptanya kemitraan dengan pelaku rantai yang lain. Namun perannya tersebut tidak diimbangi dengan rasio nilai tambah yang besar. Sehingga dalam peningkatan rasio nilai tambah tersebut banyak pengepul/bandar yang berperan sebagai petani besar, perannya tersebut bertujuan untuk tetap menjaga kontinuitas pasokan dan kualitasnya pun tetap terkontrol. Berbeda halnya pada pelaku rantai pasar induk adanya perbedaan rasio nilai tambah pada model yang terbentuk akibat adanya kontinuitas pasokan yang lebih kecil dari petani kecil pada model rantai pertama dibandingkan pasar induk mendapatkan pasokan dari petani besar yaitu rantai pasok ke tujuh sehingga mempengaruhi nilai tambah yang diperoleh. Untuk eksportir justru mendapatkan rasio nilai tambah yang besar dibandingkan pelaku rantai lainnya.

Pada penjelasan sebelumnya telah dijelaskan rantai pasok dan nilai tambah. Adanya model rantai pasok yang tercipta menggambarkan panjang pendeknya rantai pemasaran mangga itu sendiri. Selain itu konsep nilai tambah memberikan informasi nilai yang tercipta di setiap pelaku rantai pasok itu sendiri. Dari nilai tambah tersebut dapat juga dicari keuntungan yang di peroleh masing-masing pelaku dalam setiap rantai. Sehingga dapat diketahui rantai yang menikmati keuntungan dari komoditas mangga gedong gincu. Keuntungan tersebut dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Keuntungan Komoditas Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Majalengka

No.	Pelaku Utama	RP-1	RP-2	RP-3	RP-4	RP-5	RP-6	RP-7	RP-8	RP-9	RP-10	RP-11	RP-12	RP-13
1.	Pengumpul	12.17	12.47	12.17	12.17	12.4						12.17	12.17	
2.	Pengumpul/ Bandar	-5.27	3.88		2.72		29.91	19.95	33.1			3.08		29.91
3.	Eksportir			87.64	96.45		86.73			89.06				
4.	Pedagang Supplier	11.23						11.84						
5.	Pasar Induk	0.38						5.73				25.88	25.88	
6.	Supermarket	51.96						97.1						42.15
7.	Pedagang Pengecer		28.01			91.5			6.49		54.88			

Sumber : Hasil Olahan

Pada gambar 5. terlihat bahwa rasio keuntungan pada tingkat pengumpul meningkat dari awalnya rata-rata 12.17 % menjadi 12.40 %. Pada pengepul/bandar juga rasio keuntungan sangat fluktuatif terlihat pada model pertama rasio keuntungannya bernilai negatif 5.27 % dan pada rantai pasok 6 dan 8 justru diatas angka 20 % dan rantai pasok 7 di bawah 20 % sedangkan 2 dan 4 justru dibawah 5 %. Perbedaan rasio tersebut dikarenakan besar kecilnya input tambahan yang dikeluarkan, tidak hanya itu saja input tersebut dikeluarkan berdasarkan kebutuhan biaya pemasarannya. Misalnya saja bertambahnya biaya angkut, biaya peti.

Selain itu sumber pasokan mangga yaitu petani besar atau kecil pun ikut mempengaruhi karena pada tahap penyortiran besarnya tingkat mangga yang tidak sesuai dengan permintaan pasar pada umumnya terjadi pada tingkat petani kecil. Tidak hanya itu saja tinggi rendahnya harga beli dan harga jual juga faktor utama penyebab rasionya berfluktuatif. Faktor-faktor tersebut juga mempengaruhi rasio keuntungan yang diperoleh rantai lainnya yaitu pada tingkat pedagang supplier, pasar induk dan supermarket.

Pedagang supplier rasio keuntungan tertingginya justru diperoleh dari rantai yang bersumber dari petani besar 11.84 % dan pasar induk sebesar 25.88 %. Berbeda dengan supermarket rasio keuntungan tertingginya yaitu

62.15 %. Perbedaan rasio keuntungan tersebut sangat terlihat mencolok antara pasar induk dan supermarket yang dikarenakan perbedaan penentuan harga jual. Dimana harga jual supermarket jauh lebih tinggi dibanding pasar induk. Pasar induk mendapatkan rasio keuntungan yang tinggi justru di jalur rantai bukan melalui pedagang supplier pasar induk yang diuntungkan justru pasar induk yang ada di dalam wilayah Jawa Barat dan sekitarnya.

Lain halnya dengan pedagang pengecer rasio keuntungan yang paling besar diperoleh ketika pedagang pengecer tersebut membeli langsung mangga ke petani sehingga harga yang didapat yaitu harga jual petani dengan ada tawar-menawar harga. Hal tersebut didasarkan adanya hubungan kedekatan dan kepercayaan. Ketika rasio pelaku rantai lain sangat berfluktuatif justru rasio keuntungan pihak eksportir cukup stabil yaitu diatas angka 80 %, stabilnya rasio keuntungan tersebut diakibatkan biaya input tambahan yang dikeluarkan tetap. Tetapnya biaya tersebut akibat jalur pemasaran eksportir hanya ke pasar luar negeri saja. rasio keuntungan menunjukkan tingkat keuntungan yang dinikmati para pelaku rantai, eksportir menikmati keuntungan yang paling besar yaitu ketika eksportir memperoleh pasokan dari petani besar sebesar 89.06 %, apalagi ketika eksportir tersebut merangkap menjadi petani besar keuntungan yang diperoleh lebih dari 100 %.

Berdasarkan penjelasan diatas pelaku rantai yang paling menikmati keuntungan merupakan pedagang karena pedagang tidak harus mengeluarkan biaya-biaya yang mungkin harus ditanggung para petani mangga termasuk biaya yang harus ditanggung ketika gagal panen yaitu ketika serangan hama tidak dapat dihindari serta

cuaca yang tidak tentu. Rantai yang paling menikmati keuntungan dari komoditas mangga gedong gincu yaitu ada 6 jalur rantai. Jalur rantai pasok ke-5, jalur rantai pasok ke-9, jalur rantai pasok ke-10 dan jalur ke-11, ke-12 serta ke-13. Namun rantai yang paling menikmati keuntungan yaitu jalur rantai ke-9. dimana dari petani besar langsung memasarkan kepada eksportir. Hal tersebut menunjukkan semakin pendek rantai maka keuntungan yang diperoleh akan semakin besar pula. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Jalur Rantai yang paling menikmati Keuntungan Komoditas Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Majalengka (Persen)

No.	Pelaku Rantai	RP-5	RP-8	RP-9	RP-10	RP-11	RP-12	RP-13
1	Pengumpul	12,40				12,17	12,17	
2	Pengepul/ Bandar		32,1			3,88		29,91
3	Eksportir			89,86				
4	Pedagang Supplier							
5	Pasar Induk					25,88	25,88	
6	Supermarket							62,15
7	Pedagang Pengecer	51,50	6,49		54,88			

Sumber : Hasil Olahan

Tabel 6. diatas merupakan jalur yang menikmati keuntungan paling besar dibandingkan jalur-jalur lainnya. Pasar induk menikmati keuntungan terbesarnya dalam dua jalur rantai yaitu jalur rantai ke-11 dan ke-12 yaitu 25.88 %. Di dalam jalur tersebut pasar induk yang dimaksud merupakan pasar induk yang berada di daerah pulau Jawa. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengumpul maupun pengepul/bandar menerangkan bahwa regulasi dalam pengadaan mangga di pasar induk cukup rumit namun harga yang ditawarkan merupakan harga pasar. Sehingga untuk pengepul/bandar jarang sekali target pasar ke pasar induk karena keuntungan yang diperoleh tidak sebesar ketika pengepul/bandar memasarkan kepada pelaku rantai

lainnya. Untuk pasar induk di daerah luar jawa justru mendapatkan keuntungan yang kecil. Hal tersebut dipengaruhi oleh harga jual yang tinggi karena jalur yang terlalu panjang.

Berbeda halnya rasio keuntungan yang diperoleh pengepul/bandar yang berperan ganda menjadi petani besar justru memperoleh keuntungan diatas 100 %. Namun selain itu ada juga peran eksportir yang bukan hanya merangkap jadi petani besar namun juga merangkap menjadi pengepul/bandar rasio nilai tambah dan rasio keuntungannya pun jauh lebih besar.

Berdasarkan hasil analisis dari survey lapangan tersebut, peran pemerintah jauh dari apa yang diharapkan. Kurangnya peran pemerintah tersebut akibat kurangnya kepercayaan para pelaku rantai seperti pengepul/bandar dan juga eksportir sebagai pelaku rantai yang berperan penting dalam perluasan kemitraan. Kurangnya kepercayaan tersebut akibat jarang adanya campur tangan pemerintah sendiri baik itu dalam bentuk pelatihan atau bantuan bentuk lainnya. Adanya bantuan tersebut pernah dirasakan pada tahun 2006. Oleh karena itu perlu adanya koordinasi antara pemerintah daerah maupun pusat terhadap pengembangan agribisnis komoditas mangga gedong gincu karena besarnya penciptaan rasio nilai tambah dan rasio keuntungan dari komoditas ini. Perlunya penentuan harga jual minimal dan maksimal sehingga harga mangga lebih kompetitif di pasaran hal tersebut juga supaya bisa meminimalisir para petani yang curang ketika ada ikatan dengan pihak pengepul/bandar. Karena seringkali harga mangga sering dipermainkan pihak-pihak yang kurang bertanggung jawab sehingga dampaknya pun pelaku pemasaran kurang mendapat pasokan mangga yang sesuai

keinginan pasar karena mangga yang diperoleh dari petani sedikit dan banyak mangga yang apkir.

Pada tingkat petani kecil khususnya perlu adanya pemdampingan secara kontinuitas baik dalam bentuk pelatihan, pengenalan teknologi dan pengarahan langsung di lapangan dengan adanya sistem monitoring secara berkelanjutan sehingga kontrol kualitas pun dapat dilakukan. Untuk mempermudah hal tersebut pemerintah dapat membentuk kelompok tani sehingga koordinasi antara pihak petani dengan pihak pemasaran mangga itu sendiri dapat terjalin. Namun dibentuknya kelompok tani tersebut dapat diimbangi dengan pembentukan kelompok pengumpul. Sehingga adanya kecurangan antara pengumpul pun dapat diminimalisir. Namun bagi petani besar pemerintah dapat memberikan bantuan untuk menekan biaya input yang relatif besar, bantuan pemerintah tersebut dapat berupa obat-obatan, bibit maupun pupuk dan peralatan mesin. Dengan bantuan pemerintah tersebut diharapkan skala ekonomi meningkat dan kualitas standar ekspor pun dapat tetap terjaga.

VI. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam komoditas Mangga Gedong di Kabupaten Majalengka terdapat 13 model rantai distribusi, dengan pelaku inti yaitu petani, pengumpul, pengepul/bandar, pedagang supplier, pasar induk dan supermarket, serta eksportir. Namun dari pelaku-pelaku tersebut ada juga yang berperan ganda dimana petani sekaligus eksportir atau lainnya. Para pelaku pasar yang memiliki peran ganda merekalah pihak yang menerima keuntungan dan nilai tambah yang paling besar. Bahkan petani yang memiliki peran

ganda sebagai pengepul dan eksportir memiliki rasio nilai tambah dan nilai keuntungan yang lebih dari 100 %. Artinya **semakin pendek rantai pasok maka semakin besar nilai tambah dan rasio keuntungan yang akan diperoleh.**

Jalur distribusi yang paling menikmati keuntungan adalah jalur ke 9, dimana pada jalur tersebut eksportir mendapat keuntungan dari komoditas mangga gedong gincu sebesar 89,06 %. Pada jalur rantai tersebut eksportir mendapat mangga langsung dari petani, dan adapula yang merangkap sebagai petani. **Semakin pendek jalur rantai pasok maka semakin besar keuntungan yang akan diterima.**

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2011. *Profil Mangga Kabupaten Majalengka*. Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Majalengka. Majalengka.
- , Faktor Perpustakaan universitas Pendidikan Indonesia. Perilaku Produsen.
- Agustian, Adang, Saptana, Sunarsih dan Henny Mayrowani. *Analisis Kelembagaan Rantai Pasok Komoditas Holtikultura*. Laporan Akhir Penelitian. Pusat Penelitian dan pengembangan sosial Ekonomi pertanian Departemen Penelitian.
- Amaliah, Ima dan Aan Julia. 2011. Pemetaan Faktor penentu daya saing tanaman holtikultura Jawa barat. *Laporan penelitian hibah bersaing Dikti Nomor*

- 096/SP2H/PL/Dit.Litabmas/IV/2011.
Universitas Islam Bandung. Bandung.
- Anindita, Ratya. 2008. *Bisnis dan Perdagangan Internasional*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2011. *Kecamatan Panyingkiran Dalam Angka*. BPS. Majalengka.
- , 2011. *Kecamatan Kertajati Dalam Angka*. BPS. Majalengka.
- , 2010. *PDRB Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Majalengka 2007-2009*. BPS. Jawa Barat.
- , 2010. *PDRB Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Majalengka 2004-2008*. BPS. Kabupaten Majalengka
- , 2010. *PDRB Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Majalengka 2005-2009*. BPS. Kabupaten Majalengka.
- , 2011. *Jawa Barat Dalam Angka*. BPS. Jawa Barat.
- , 2010. *Jawa Barat Dalam Angka*. BPS. Jawa Barat.
- , 2009. *Jawa Barat Dalam Angka*. BPS. Jawa Barat.
- , 2011. *Majalengka Dalam Angka*. BPS. Majalengka.
- , 2009. *Majalengka Dalam Angka*. BPS. Majalengka
- , 2008. *Majalengka Dalam Angka*. BPS. Majalengka
- , 2007. *Majalengka Dalam Angka*. BPS. Majalengka
- , 2006. *Majalengka Dalam Angka*. BPS. Majalengka
- , 2005. *Majalengka Dalam Angka*. BPS. Majalengka
- , 2010. *Statistik Daerah Kabupaten Majalengka*. Majalengka.
- Campbell, Ruth. 2008. *Kerangka Kerja Rantai Competitiveness at the frontier buletin*. Depok.
- Direktorat Jendral Holtikultura. 2008. *Membangun Holtikultura Berdasarkan Enam Pilar Pengembangan*. DEPTAN. Jakarta.
- Irawan, Herry dan Rony Suryatoga. 2009. Analisis Rantai Nilai Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia Vol.9 No.3*.
- Irfan, Hadi. 2009. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aliran Perdagangan Pisang Dan Mangga Indonesia Ke Negara Tujuan. *Skripsi*. IPB. Bogor.
- Kurnia, Nani. Pengembangan Agribisnis Pengembangan Mangga Gedong Gincu (*Mangifera Indica L.*) Melalui Pemberdayaan Kelompok Tani Di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Bogor. Bogor.
- La Inggi, Baari. 2008. Rantai Nilai terus Berubah. *Competitiveness at the frontier buletin*. Depok.
- Maghfiroh, Nurul dan Marimin. 2010. *Aplikasi Teknik pengambilan Keputusan dalam Manajemen rantai pasok*. IPB Press. Bogor.

Munir, Sahibul. 2010. Teori Produksi. *Modul Pengantar Mikroekonomi*. Pusat Pengembangan Bahan Ajar UMB.

Nur Syafi, Faqih dan Marimin. *Kajian Peningkatan Kinerja Manajemen Rantai Pasokan Bunga Krisan*. IPB Press.

Otto, Ben. 2008. Meninggalkan Ketergantungan Pada Komoditas: Menggeser Kekuasaan Ke Bawah Dalam Rantai Nilai. *Competitiveness at the frontier bulletin*. Depok.

Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Supriatna, Ade. 2007. Kajian Kelayakan Usahatani Dan Marjin Tataniaga Mangga (Mangifera Indica) Studi Kasus Di Kabupaten Majalengka, Jawa Barat. *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian* Vol. 10, No.2 : 166-178.

Setiadji Anugrah, Iwan. Mendudukan Komoditas Mangga Sebagai Unggulan Daerah Dalam Suatu Kebijakan Sistem Agribisnis: Upaya Menyatukan Dukungan Kelembagaan Bagi Eksistensi Petani. *Analisis Kebijakan Pertanian*. Volume 7 No.2 : 189-211. Bogor.

Syahza, almasdi dan Caska. 2007. Analisis Nilai Tambah Dan Peluang Pengembangan Bebuahan Sebagai Komoditas Unggulan Agribisnis Di Kabupaten Karimun Propinsi Riau. *Jurnal Eksekutif*, Volume 4, Nomor 3.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT, Surabaya.

Soebagiyo, Daryono dan M. Wahyudi. 2008. *Analisis Kompetensi Produk Unggulan Daerah Pada Batik Tulis Dan Cap Solo Di Dati II Kota Surakarta*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 9, No. 2 hal. 184 - 197