

instiper 11

jurnal_22286

 20 Maret 2025-2

 Cek Plagiat

 INSTIPER

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3188567768

Submission Date

Mar 20, 2025, 9:54 AM GMT+7

Download Date

Mar 20, 2025, 9:58 AM GMT+7

File Name

new_Jurnal_JIIA_Zeeii.docx

File Size

3.0 MB

8 Pages

3,302 Words

21,894 Characters




8% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 5%  Publications
- 3%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 7% Internet sources
- 5% Publications
- 3% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Student papers		
	Universitas Bangka Belitung		1%
2	Internet		
	jurnal.fp.unila.ac.id		1%
3	Student papers		
	Universitas Muhammadiyah Palembang		<1%
4	Internet		
	docobook.com		<1%
5	Internet		
	journal.ipb.ac.id		<1%
6	Publication		
	Yuni Marleni, Yos Wahyu Harinta, Rosita Dewati. "Analisis Marjin Pemasaran Ubi ...		<1%
7	Internet		
	anzdoc.com		<1%
8	Internet		
	ejournal3.undip.ac.id		<1%
9	Internet		
	media.neliti.com		<1%
10	Student papers		
	IAIN Bengkulu		<1%
11	Student papers		
	Universitas Islam Riau		<1%

12	Internet	repositori.uma.ac.id	<1%
13	Internet	digilib.unila.ac.id	<1%
14	Internet	repository.umj.ac.id	<1%
15	Internet	voi.id	<1%
16	Publication	Ngatirah Ngatirah, Danik Nurjanah, Nuraeni Dwi Dharmawati. "PELATIHAN PENG...	<1%
17	Internet	money.kompas.com	<1%
18	Internet	www.grafiati.com	<1%
19	Internet	1library.org	<1%
20	Internet	ejurnal.ung.ac.id	<1%
21	Internet	journal.itny.ac.id	<1%

Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science, 12(1):1-8, Februari 2024 ISSN(p): 2337-7070
Accredited S4 based on DGHE, RTM Republic of Indonesia, No. 204/E/KPT/2022 ISSN(e): 2620-4177
Available Online: <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA>

ANALISIS TATANIAGA SORGUM (*Shorgum bicolor* L. Moench) DI DESA WARENG IV KECAMATAN WONOSARI KABUPATEN GUNUNG KIDUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

(Analysis Of Sorghum (*Shorgum bicolor* L. Moench) Trading In Wareng IV Village, Wonosari District,
Gunung Kidul Regency, Special Region Of Yogyakarta)

M.Zailanie I.Panjaitan¹, Fitri Kurniawati², Danik Nurjanah³

¹Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian STIPER, Jl. Nangka II, Maguwoharjo (Ringroad
Utara), Depok, Sleman, Yogyakarta 55282

E-mail : muhammadzailanieisfan@gmail.com

²Dosen Agribisnis, Institut Pertanian STIPER Yogyakarta

³Dosen Agribisnis, Institut Pertanian STIPER Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the sorghum trading channels in Wareng IV Village, Wonosari District, Gunung Kidul Regency, Special Region of Yogyakarta. The analysis includes market structure, market behavior, and market performance in the distribution of sorghum from farmers to end consumers. The research method used is a quantitative descriptive method with a quantitative approach. The results of the study indicate that there are two main trading channels in the distribution of sorghum, namely from farmers directly to retailers and from farmers to collectors before finally to retailers. Trading margins and marketing efficiency were analyzed using indicators of production costs, selling prices, trading margins, and farmer's share. The conclusion of this study is that the sorghum trading system in Wareng IV Village still needs to be optimized in order to increase farmers' income and expand the sorghum market in the area.

Key words: Trading, Sorghum, Marketing Efficiency, Farmer Income, Gunung Kidul

Received:

Revised:

Accepted:

DOI:

PENDAHULUAN

Dengan banyak sumber daya alam dan populasi yang tersebar luas, Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia. Karena keragaman populasi dan penyebarannya, makanan tradisional yang dikonsumsi oleh penduduk setiap pulau mungkin bergantung pada tanaman yang tumbuh di tanah dan di mana mereka berpijak atau bertempat tinggal. Makanan pokok yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia pada dasarnya bervariasi berdasarkan ras dan suku mereka.

Meskipun ada banyak sumber karbohidrat lain di Indonesia, beras tetap menjadi bahan pangan utama bagi masyarakat Indonesia. Budaya ini mendorong pemerintah untuk mengimpor beras untuk memenuhi kebutuhan nasional (Azani & Rahmani, 2022). Di Indonesia, terdapat potensi besar untuk memperluas produksi tanaman pangan di lahan perkebunan dan perhutani. Namun, tantangan yang dihadapi termasuk adanya cekaman seperti naungan, yang mengurangi intensitas cahaya yang

mencapai tanaman di bawahnya. Salah satu hambatan dalam penggunaan lahan di bawah tegakan atau agroforestri adalah rendahnya intensitas cahaya akibat ternaungi. Oleh karena itu, diperlukan metode khusus untuk sukses dalam budidaya di lahan dengan keterbatasan cahaya, seperti menanam tanaman sela sebelum tajuk tanaman utama menghalangi cahaya, seperti pada perkebunan muda atau saat peremajaan tanaman keras (Hamdani & Susanto, 2020).

Sorghum (*Sorghum bicolor* L. Moench) adalah salah satu tanaman sereal yang paling potensial untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki daerah adaptasi yang luas. Sorghum tahan terhadap hama dan penyakit serta kekeringan dan genangan air, sehingga dapat ditanam di lahan marginal. Karena kandungan karbohidratnya yang tinggi, sorghum adalah salah satu sumber karbohidrat yang cukup potensial untuk digunakan sebagai pengganti beras. Karena tidak mengandung gluten dan Indeks Glikemik (IG) yang lebih rendah, sorghum adalah tanaman yang bebas gluten, rendah gula, dan kaya

serat. Jika diolah dengan benar, sorgum dapat dikonsumsi dengan aman oleh penderita diabetes. Senyawa fenolik yang terkandung dalam sorgum memiliki sifat antioksidan dan antitumor, serta kemampuan untuk menghentikan perkembangan kanker. Produknya yang tidak mengandung gluten ideal untuk anak yang menderita autisme (Lina & Murtius, 2020).

Sorgum dapat dibudidayakan di mana saja, apakah itu tropis, muson, sabana, gurun, atau bahkan subtropis. Di Indonesia, sorgum hanya ditanam untuk mengisi lahan selama musim kemarau. Batang sorgum digunakan oleh petani sebagai pakan ternak, dan biji yang dihasilkan dari panen sorgum dijual sebagai pakan ternak. Namun, karena proses pengolahan biji sorgum yang sulit dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat tanaman sorgum, popularitas sorgum menurun dibandingkan dengan komoditas lain (Gupito et al., 2016).

Namun, karena tidak digunakan untuk kebutuhan pangan dan pakan, pengembangan sorgum menurun. Sorgum hanya digunakan oleh banyak masyarakat lokal sebagai tanaman sela di kebun atau sebagai makanan tambahan saat pakeklik. Sorgum memiliki banyak nutrisi, tetapi belum digunakan sepenuhnya. Harga sorgum tidak bersaing dengan beras, jagung, gandum, kacang-kacangan, dan sereal lainnya. Petani masih kesulitan mendapatkan fasilitas seperti mesin pemecah biji dan peralatan pascapanen. Selain itu, perbaikan teknologi penyosohan diperlukan untuk biji sorgum yang sulit dikupas (Dutta, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja berdasarkan tujuan (*purposive sampling*) dari populasi sebanyak 24 petani sorgum, 4 pengepul, dan 3 pengecer di Desa Wareng IV. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Desember 2024. Pengambilan sampel petani menggunakan teknik *snowball sampling* sedangkan pengambilan sampel pengepul dan pengecer menggunakan teknik sampel jenuh dengan mengambil semua populasi dari pengepul dan pengecer di Desa Wareng tersebut. Metode ini dipilih karena dianggap mewakili populasi yang ingin diteliti. Teknik ini dilakukan secara sengaja kepada petani, pengepul, dan pengecer untuk di wawancara menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 31 responden. Jumlah ini ditentukan berdasarkan kepentingan analisis agar hasil

dikatakan valid dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2019).

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung dan wawancara terhadap responden untuk mengetahui gambaran umum terhadap tataniaga sorgum. Sedangkan, data sekunder diperoleh dari Kelurahan Wareng berupa data mentah untuk mengetahui populasi dari masyarakat Desa Wareng.

Metode pengukuran data yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan biaya tataniaga, margin tataniaga, *farmer's share*, dan efisiensi tataniaga.

Biaya Tataniaga

Menurut Ariyanto (2023), biaya tataniaga adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Dalam arti luas, biaya tataniaga adalah biaya yang terjadi setelah produk selesai dibuat dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut tersedia dikembalikan sebagai uang tunai. Indikator-indikator biaya tataniaga yaitu: (1). Biaya Periklanan (*advertising*), (2). Biaya Promosi Penjualan (*sales promotion*), (3). Biaya Publisitas, (4). Biaya Personal Selling. Biaya tataniaga dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

1. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang relative tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Contoh biaya tetap antara lain: pajak, sewa tanah, alat pertanian, iuran irigasi.

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya *variable* didefinisikan sebagai biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh, sehingga biaya ini sifatnya berubah-ubah tergantung dari besar kecilnya produksi yang diinginkan. Contoh biaya *variable* adalah biaya untuk sarana produksi meliputi biaya tenaga kerja, dan input (bibit, pupuk, pestisida).

Perhitungan biaya dirumuskan sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = biaya total usahatani

FC = biaya tetap

VC = biaya variabel

Margin Tataniaga

Margin tataniaga merupakan jumlah biaya yang dikeluarkan untuk jasa pemasaran produk atau layanan kepada konsumen mencerminkan margin

pemasaran. Margin ini dapat dilihat dari perbedaan antara harga akhir produk yang dibayar oleh konsumen dan pendapatan bersih yang diterima oleh produsen. Margin tataniaga tersusun dari bias-bias yang berkaitan dengan fungsi tataniaga serta manfaat variabel tataniaga, margin tataniaga menggambarkan perbedaan harga tanpa membatasi jumlah produk yang di produksi (Wahyunita Sitinjak.et.al, 2023).

Rumus perhitungan margin tataniaga sebagai berikut :

$$MT = Pr - Pf$$

Keterangan :

- MT = Margin Total
- Pr = Harga ditingkat retail (konsumen)
- Pf = Harga ditingkat petani produsen

Farmer's Share

Menurut Limbong dan Sitorus dalam Elpawati et al (2014), *Farmer share* merupakan perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen, bagian ini dapat dinyatakan dalam bentuk presentase. Hubungan antara *farmer share* dan margin penjualan negatif, karena apabila margin penjualan tinggi akan menyebabkan *farmer share* semakin kecil, begitu juga sebaliknya.

Farmer share dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

- Fs = Presentase harga yang diterimapetani
- Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)
- Pr = Harga ditingkat pengecer (Rp/Kg)

Efisiensi Tataniaga

Dasipah dan Gantini (2024) mengemukakan bahwa Kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa yang diterimanya adalah merupakan "output" tataniaga. Kepuasan atas harga yang diterima oleh produsen, balas jasa yang diterima oleh para perantara serta terlaksananya peraturan dengan baik yang ditetapkan oleh pemerintah.

Efisiensi tataniaga dapat dibagi atas dua kategori yang berbeda yaitu :

1. Efisiensi operasional (teknologis) : Dimaksudkan suatu usaha atau kegiatan yang bertujuan mengurangi biaya dari "input" dengan anggapan bahwa "output" pada saat itu tetap tidak berubah.
2. Efisiensi harga (ekonomis) : Dimaksudkan usaha perbaikan yang ditujukan kepada tata

cara pembelian penjualan dan aspek penetapan harga dalam proses tataniaga, sehingga konsumen tetap bersedia membayar sesuai dengan harga pasar.

Adapun rumus efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut :

$$EP = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Hasil pemasaran (pendapatan atau penjualan)}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Wareng

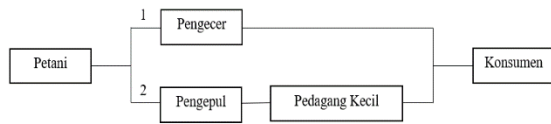
Desa wareng merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunung Kidul yang berada diatas ketinggian 142 m diatas permukaan laut dan memiliki batas wilayah sebagai berikut : 1). Sebelah Utara : Desa Siraman, 2). Sebelah Selatan : Desa Wunung, 3). Sebelah Timur : Desa Karang Rejek, 4). Sebelah barat : Desa Pampang. Dengan populasi masyarakat berjumlah 4.458 jiwa diantaranya 2.210 penduduk laki-laki dan 2.248 penduduk adalah perempuan dengan mayoritas penduduk berada pada kelompok umur 0 – 34 tahun berjumlah 1.961 jiwa.

Kondisi pertanian Desa Wareng yang berada di daerah pedesaan, sangat bergantung pada musim dan jenis tanaman yang dibudidayakan. Sebagian besar petani di desa ini bergantung pada sistem pertanian tradisional, yang melibatkan penanaman padi, jagung, dan tanaman hortikultura lainnya, seperti sayuran dan buah-buahan. Tetapi petani di Desa Wareng sering menghadapi masalah cuaca yang tidak menentu, seperti kemarau panjang yang mengganggu hasil pertanian. Selain itu, karena beberapa petani bergantung pada sistem irigasi yang sangat terbatas, tidak jarang mereka mengalami kekurangan air untuk menyirami sawah atau ladang mereka.

Perekonomian Desa Wareng secara umum didominasi pada sektor pertanian yang sistem pengolaannya masih tradisional. Meskipun demikian, masyarakat setempat mulai beradaptasi dengan penggunaan teknologi pertanian yang lebih modern guna untuk memberikan harapan bagi peningkatan kesejahteraan petani di desa ini. Namun, akses terhadap pasar dan fasilitas pendukung lainnya masih menjadi tantangan utama yang harus di atasi agar sektor pertanian di Desa Wareng dapat berkembang lebih optimal.

Saluran Tataniaga

Gambar 1. Saluran Tataniaga di Desa Wareng IV



Di Desa Wareng IV Kecamatan Wonosari terdapat 2 saluran tataniaga yang di operasikan langsung oleh petani. Sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan di desa tersebut, terdapat 3 lembaga pengecer dan 4 lembaga pengepul.

Pada tipe saluran tataniaga 1, sebanyak 3 petani menjual hasil panen sorgum mereka ke pengecer. Petani datang ke pengecer dengan membawa hasil produksi sorgum mereka. Pengecer membeli hasil panen sorgum tersebut dengan harga antara **Rp. 5.000 dan Rp. 5.500 per kilogram, dan** pembayaran dilakukan secara langsung menggunakan uang tunai. Harga ini ditetapkan berdasarkan harga pasar dan perundingan antara kedua belah pihak.

Dalam tipe saluran tataniaga 2, sebanyak 21 petani menjual hasil panennya kepada pengepul secara langsung, dengan pengepul datang langsung ke lahan untuk membeli hasil panen sorgum petani. Pedagang pengepul yang membeli hasil panen sorgum petani menimbang sorgum yang akan dibeli, kemudian membayarnya dengan uang tunai dengan harga Rp. 4.714 per kilogram. Selama periode panen, 4 pengepul di Desa Wareng IV secara rata-rata membeli 925,75 kilogram sorgum dari petani, dan kemudian menjual sorgum kepada pedagang kecil. Mereka menjual biji sorgum menggunakan mobil pickup dengan harga rata-rata Rp. 5.500/kg, dan pedagang kecil membayar dengan uang tunai.

Biaya dan Pendapatan Usahatani

Biaya usahatani mencakup semua biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis pertanian, termasuk biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Pendapatan usahatani dihitung dengan menghitung jumlah uang yang diperoleh dari penjualan produk pertanian, harga jual, dan volume produksi.

1. Biaya dan pendapatan usahatani pada saluran tataniaga 1

Tabel 1. Jenis biaya pada saluran 1

No	Keterangan	FC (Fixed Cost)	VC (Variable Cost)
Petani			
1	Biaya usahatani		
	Bibit		150.000
	Pupuk urea		104.667
	Herbisida (Atrazine)		100.000
	Tenaga kerja panen		25.000
2	Biaya Tataniaga		
	Transportasi		10.000
3	Biaya Alat		
	1. Cangkul	17.500	
	2. Arit	12.000	
4	PBB	210.060	
	Total biaya (TC)		629.227

Biaya usahatani dan tataniaga termasuk dalam biaya variabel, yang dapat berubah sesuai dengan kebutuhan produksi. Sedangkan, biaya alat dan PBB termasuk dalam biaya tetap, yang tidak akan berubah meskipun hasil produksi meningkat. Oleh karena itu, total biaya yang dikeluarkan petani untuk jenis saluran ini adalah Rp. 629.227.

Namun, pada jenis saluran ini, pengecer tidak membayar biaya tataniaga karena petani datang langsung ke pengecer dengan membawa hasil panen sorgum mereka. Pengecer kemudian menghitung hasil panen tersebut dan membayarnya dengan uang tunai sesuai dengan jumlah sorgum yang dibeli.

Tabel 2. Pendapatan usahatani pada saluran 1

Petani				
No	Keterangan	Kg	Rp/Kg	Total Rp
1	Hasil produksi petani	255		
2	Harga jual petani		5.333	
3	Total biaya yang dikeluarkan (TC)			629.227
4	Keuntungan			730.688
5	Pendapatan			1.359.915

Pengecer				
No	Keterangan	Kg	Rp/Kg	Total Rp
1	Jumlah sorgum yang dibeli	255		
2	Harga jual pengecer		6.000	
3	Keuntungan		667	
4	Pendapatan			1.530.000

Konsumen				
No	Keterangan	Kg	Rp/Kg	Total Rp
1	Harga beli konsumen akhir		6000	

Jika petani menjual 255 kg sorgum dengan harga jual 5.333/kg, mereka memperoleh pendapatan rata-rata sebesar Rp. 1.359.915 dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 730.688, sedangkan pengecer membeli 255 kg sorgum dan menjualnya ke konsumen akhir dengan harga 6.000/kg, mereka memperoleh keuntungan sebesar Rp. 667 per kilogram, selisih antara harga jual dan harga beli.

- Biaya dan pendapatan usahatani pada saluran tataniaga 2

Tabel 3. Jenis biaya pada saluran 2

No	Keterangan	FC (Fixed Cost)	VC (Variable Cost)
Petani			
1	Biaya usahatani		
	Bibit		137.857
	Pupuk urea		61.405
	Herbisida (atrazine)		15.000
	Tenaga kerja panen		46.905
2	Biaya Tataniaga		
	Transportasi		5.238
	Jasa angkut		23.143
3	Biaya Alat		
	1. Cangkul	17.500	
	2. Arit	12.000	
4	PBB	222.480	
	Total biaya (TC)		541.528
Pengepul			
1	Biaya Tataniaga		
	Supir		283.333
	Total biaya (TC)		283.333

Biaya usahatani dan tataniaga termasuk dalam biaya variabel, yang dapat berubah sesuai dengan kebutuhan produksi. Sedangkan, biaya alat dan PBB termasuk dalam biaya tetap, yang tidak akan berubah meskipun hasil produksi meningkat. Oleh karena itu, total biaya yang dikeluarkan oleh petani pada tipe saluran ini sebesar Rp. 541.528, sedangkan pada pengepul sebesar Rp. 283.333.

Tabel 4. Pendapatan usahatani pada saluran 2

Petani				
No	Keterangan	Kg	Rp/Kg	Total Rp
1	Hasil produksi petani	176,33		
2	Harga jual petani		4.714	
3	Total biaya yang dikeluarkan (TC)			541.528
4	Keuntungan			289.692
5	Pendapatan			831.220

Pengepul				
No	Keterangan	Kg	Rp/Kg	Total Rp
1	Jumlah sorgum yang dibeli	925,75		
2	Harga jual pengepul		5.500	
3	Total biaya yang dikeluarkan (TC)			283.333
4	Keuntungan		786	
5	Pendapatan			5.091.625

Pedagang kecil		
Harga jual ke konsumen akhir		6.000
Keuntungan		500

Penjualan hasil produksi ke pengepul menghasilkan pendapatan bagi petani. Dengan hasil produksi rata-rata 176,33 kilogram sorgum dengan harga jual 4.714 kilogram, pengepul memperoleh pendapatan sebesar Rp. 831.220 dan keuntungan sebesar Rp. 289.692, selisih antara pendapatan dan biaya total yang dikeluarkan oleh petani. Sementara pengepul membeli 925,75 kilogram sorgum dengan harga jual 5.500 per kilogram, pengepul memperoleh pendapatan sebesar 5.091.62 dengan keuntungan sebesar Rp. 786/Kg selisih antara harga jual dan harga beli.

Namun, pada saluran ini, pengepul tidak membeli semua hasil panen sorgum petani di Desa Wareng IV, tetapi mereka juga membeli hasil panen dari petani di daerah lain. Akibatnya, jumlah sorgum yang dibeli oleh masing-masing pengepul ditunjukkan pada tabel di atas berdasarkan jumlah sorgum yang dibeli petani di Desa Wareng IV.

Efisiensi Tataniaga

1. Margin tataniaga

Tabel 5. Margin tataniaga pada saluran 1

Harga di tingkat petani (Rp/Kg)	Harga di tingkat pengecer (Rp/Kg)	Margin Tataniaga
5.333	6.000	667

Pada saluran tataniaga 1 harga ditingkat petani sebesar Rp. 5.333/Kg sedangkan harga ditingkat pengecer sebesar Rp. 6.000/Kg, maka margin tataniaga yang diperoleh pengecer adalah Rp. 667/Kg yang menjadi keuntungan atas transaksi tersebut.

Tabel 6. Margin tataniaga pada saluran 2

Harga di tingkat petani (Rp/Kg)	Harga di tingkat pengepul (Rp/Kg)	Harga di tingkat pedagang kecil (Rp/Kg)	Margin Tataniaga
4.714	5.500	6.000	1.286

Pada saluran tataniaga 2 harga ditingkat petani sebesar Rp. 4.714/Kg, sedangkan harga ditingkat pengepul sebesar Rp. 5.500/Kg dan harga ditingkat konsumen sebesar Rp. 6.000/Kg sehingga menghasilkan margin tataniaga sebesar Rp. 1.286/Kg. Tabel ini menggambarkan bagaimana harga bergerak dari satu tingkatan ke tingkatan lainnya dengan margin yang dihasilkan selisih antara harga di tingkat produsen sampai ke konsumen akhir.

2. Farmer's share

Farmer's share merupakan persentase dari harga jual terakhir yang diterima oleh petani setelah produk mereka melewati berbagai tahapan distribusi, seperti pengepul, pedagang kecil, atau pengecer. Hal ini menunjukkan seberapa besar bagian dari harga akhir yang benar-benar diterima oleh petani dibandingkan dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Jika *Farmer's share* (Fs) kurang dari 50% tataniaga tersebut dikatakan tidak efisien, dan jika *Farmer's share* (Fs) lebih dari 50% tataniaga tersebut dianggap efisien.

Tabel 7. *Farmer's share* pada saluran 1

Harga di tingkat petani (Rp/Kg)	Harga di tingkat pengecer (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
5.333	6.000	88,88

Pada saluran tataniaga 1 memberikan proporsi yang besar kepada petani, yaitu 88,88% dari harga konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa petani menerima hampir 89% dari harga yang dibayar konsumen untuk komoditas sorgum tersebut.

Tabel 8. *Farmer's share* pada saluran 2

Harga di tingkat petani (Rp/Kg)	Harga di tingkat pedagang kecil (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
4.714	6.000	78,57

Pada saluran tataniaga 2 harga ditingkat petani sebesar Rp. 4.714/Kg dan harga ditingkat pedagang kecil sebesar Rp. 6.000/Kg menghasilkan *farmer's share* sebesar 78.57% dari harga yang dibayar konsumen untuk komoditas sorgum. Tabel *farmer's share* ini menggambarkan bagaimana harga bergerak sepanjang rantai distribusi dan menunjukkan seberapa besar bagian dari harga akhir yang diterima oleh petani pada masing-masing tingkat distribusi.

3. Efisiensi saluran tataniaga

Efisiensi tataniaga mengacu pada seberapa baik organisasi atau saluran tataniaga (seperti pengepul, distributor, agen, atau penjual grosir) mengelola sumber daya sehingga mereka dapat mengirimkan produk dari produsen ke pembeli dengan waktu dan biaya yang paling rendah. Faktor-faktor seperti pengelolaan biaya, waktu, dan keuntungan yang diperoleh oleh pelaku dalam rantai pasokan adalah cara untuk mengukur efisiensi pemasaran. Total biaya tataniaga yang dikeluarkan pada tipe saluran 1 sebesar Rp. 10.000, dan total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada tipe saluran 2 sebesar Rp. 12.550 yang terdiri dari biaya pemasaran petani dan pengepul.

Tabel 9. Tingkat efisiensi saluran tataniaga

Saluran Tataniaga	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Hasil Pemasaran (Rp/Kg)	(EP)
Saluran 1	10.000	6.000	1,67
Saluran 2	12.550	6.000	2,09

pada saluran tataniaga 1 menghasilkan nilai efisiensi 1,67 dan 2,09 pada saluran tataniaga 2. Kedua saluran tersebut dapat dikatakan efisien, yang mana apabila nilai efisiensi tataniaga < 1 maka tataniaga tersebut dikatakan tidak efisien dan apabila nilai efisiensi > 1 maka tataniaga tersebut dikatakan efisien. Dari kedua saluran tersebut

saluran tataniaga 2 lebih efisien dibandingkan dengan saluran tataniaga 1.

Hal ini dikarenakan, banyaknya perantara dalam rantai distribusi sehingga meningkatkan biaya pemasaran sehingga petani sebagai produsen awal mendapatkan harga jual yang rendah sementara biaya pemasaran tinggi. Meskipun begitu, pada saluran 2 tersebut mampu memperoleh pendapatan yang lebih besar dibandingkan dengan saluran 1 walaupun harga yang dibayar oleh konsumen akhir sama. Artinya jika pendapatan yang dihasilkan dalam suatu tataniaga tersebut lebih besar daripada biaya pemasaran yang dikeluarkan, maka tataniaga tersebut dikatakan efisien.

KESIMPULAN

Terdapat 2 saluran tataniaga pada komoditas sorgum di Desa Wareng IV, berdasarkan dari pengukuran biaya, pendapatan, margin, dan *farmer's share* per usahatani tiap saluran keduanya dapat dikatakan efisien. Hal ini dikarenakan nilai dari efisiensi kedua saluran bernilai lebih dari satu, pada saluran 1 nilai efisiensi sebesar 1,67 dan pada saluran 2 nilai efisiensi sebesar 2,09.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Azani, N., & Rahmani, N. A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Sorgum Oleh PT. Paya Pinang Group Dalam Mendukung Gerakan Diversifikasi Pangan Lokal. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 2(4), 665–675.
- Dasipah, E., & Gantini, T. (2024). *Rantai Pasok Pertanian: Mengoptimalkan Tata Niaga dari Ladang ke Meja* (A. Sofatunisa (ed.); 1st ed., pp. 15–16). CV. Mega Press Nusantara.
- Dutta, M. J. (2017). *Innovation, Technology, and Development*. 57–81. https://doi.org/10.1007/978-981-10-3051-2_3
- Elpawati, E., Anwar, H., & Muhib, A. (2014). Analisis Tataniaga Ubi Jalar Di Desa Purwasari Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor. Jawa Barat. In *Agribusiness Journal* (Vol. 8, Issue 2). <https://doi.org/10.15408/aj.v8i2.5182>
- Gupito, R. W., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Sorgum Di Kabupaten Gunungkidul. *Agro Ekonomi*, 25(1). <https://doi.org/10.22146/agroekonomi.17383>
- Hamdani, K. K., & Susanto, H. (2020). Pengembangan Varietas Tahan Naungan

Untuk Mendukung Peningkatan Produksi Tanaman Pangan. *J-Plantasimbiosa*, 2(1).
<https://doi.org/10.25181/jplantasimbiosa.v2i1.1601>

- Lina, E. C., & Murtius, W. S. (2020). Pengembangan Budidaya Sorgum Tanaman Pangan Alternatif Pada Daerah Bayangan Hujan Di Nagari Rambatan Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 3(3), 220–228.
<https://doi.org/10.25077/jhi.v3i3.428>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January).
- Wahyunita Sitinjak.et.al. (2023). Konsep Dasar Pemasaran Pertanian. In *Pemasaran dan Tata Niaga Pertanian*. www.penerbitwidina.com