

DIKTAT

**PENGANTAR
TATA NIAGA PERTANIAN**

OLEH :

Ir. Gustami Harahap, MP

**Diktat ini tidak diperbolehkan untuk dicopy dan dipakai hanya
dikalangan kampus UMA – Medan**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2016**

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
KATA PENGANTAR	1
DAFTAR ISI	ii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Pengertian dan Ruang Lingkup	1
1.2. Tata Niaga Adalah Produktif	3
1.3. Efisiensi Tata Niaga	4
II. TUJUAN DAN PROSES TATANIAGA PERTANIAN	6
2.1. Tujuan Tata Niaga Pertanian	6
2.2. Proses Tata Niaga Pertanian	7
III. MASALAH TATANIAGA PERTANIAN	10
3.1. Masalah Tata Niaga Pertanian Hubungannya de- gan Ciri Khas Produksi Pertanian	10
3.2. Masalah Tata Niaga Pertanian Hubungannya de- ngan Pombangunan dan Perkembangan Teknologi Pertanian	11
3.3. Pendekatan Dalam Menganalisa Tata Niaga	11
IV. KONSUMEN HASIL PERTANIAN	14
4.1. Latar Belakang	14
4.2. Pengertian Konsumen	14
4.3. Perangkat Analisa Konsumen	15
V. PRODUSEN HASIL HASIL PERTANIAN	33
5.1. Peranan Produsen Dalam Tata Niaga Pertanian	33
5.2. Produsen Hasil-Hasil Pertanian dan Industri	34
5.3. Jenis-Jenis Hasil Pertanian	34
5.4. Ciri Khas Hasil Pertanian	35
5.5. Lokasi Daerah Produksi	36
5.6. Penawaran dan Elastisitas	36
VI. FUNGSI FUNGSI TATANIAGA	
6.1. Pengertian dan Klasifikasi	
6.2. Fungsi Pertukaran	
6.3. Fungsi Pembiayaan	
6.4. Fungsi Keterangan Pasar	

VII. LEMBAGA TATANIAGA	53
7.1. Pendahuluan	53
7.2. Pembagian Lembaga Tataniaga	53
7.3. Intograsi Lembaga Tqtaniaga	55
7.4. Saluran Tataniaga	57
VIII. BIAYA DAN MARGIN TATANIAGA	59
8.1. Biaya Tataniaga	59
8.2. Margin Tataniaga	60
8.3. Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Perhitung an Margin Tataniaga	64
IX. ANALISA TITIK IMPAS	68
9.1. BEP Pasar Persaingan Sempurnah	68
9.2. BEP Pasar Monopoli	71
9.3. Menentukan Titik Impas	74
DAFTAR PUSTAKA	82

4/1 '98

1. PENDAHULUAN

1.1. Pengertian dan Ruang Lingkup

Istilah tataniaga di negara kita diartikan dengan pemasaran atau distribusi yaitu suatu macam kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Gambaran umum kegiatan tataniaga di-gera kita sebagai berikut :

a. Dalam Skala Regional dan Nasional

Di pusat-pusat produksi (di desa) petani memproduksi-kan hasil pertanian. Hasil pertanian tersebut sebahagian di komsumsi, disimpan untuk bibit dan sebahagian pula dijual langsung ke konsumen atau ke pedagang pengumpul. Pedagagang pengumpul ini mengumpulkan hasil-hasil produksi petani untuk selanjutnya di jual ke pedagang besar penerima. Pedagang besar penerima ini selanjutnya menjual ke pedagang besar penyebar yang seterusnya menyebarkan hasil produksi itu ke pengecer dan pedagang keliling, yang akhirnya tiba di konsumen.

Antara petani produsen dan konsumen hasil produksi itu memerlukan perlakuan-perlakuan, perpindahan tempat dan re-siko-resiko. Semunya ini memerlukan biaya yang disebut biaya tataniaga.

b. Dalam Skala Internasional/Antar Negara

Selain melibatkan produk-produk petani dalam skala usaha yang terbatas dalam berbagai hal, juga melibatkan pe-rusahaan perkebunan besar yang umumnya telah dilengkapi de-ngan faktor-faktor produksi dan teknologi yang sudah maju

Ini masalahnya menjadi rumit sebab untuk menembus pasaran internasional, harus berhadapan dengan sistim proteksionisme, kuota, bea masuk yang tinggi, prosedur-prosedur dsb. Hal ini akan menyebabkan biaya tataniaganya menjadi lebih besar.

Dengan gambaran singkat di atas, maka tataniaga tidak dapat diterima bila hanya diartikan secara sempit, yang mengarah ke pengertian bahwa tataniaga sama dengan pasar, yaitu dimana ada penjual (seller) dan pembeli (buyer). Kadang-kadang ada juga yang mengartikan tataniaga sama dengan distribusi, sehingga tataniaga seolah-olah sifatnya statis, karena hanya menyangkut proses penyaluran hasil produksi saja. Jadi sesungguhnya tataniaga sifatnya dinamis karena menyangkut segala aspek yang berhubungan dalam usaha penyaluran barang, mulai dari fase produksi sampai ke fase konsumsi.

Cakupan kegiatannya meliputi, pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, penetapan harga, pembiayaan, pengetahuan tentang situasi dan bentuk pasar, studi tentang gejala-gejala dan peristiwa-peristiwa ekonomi.

Berdasarkan pada pengertian di atas dapatlah didefinisikan bahwa tataniaga adalah pelaksanaan kegiatan usaha dan niaga yang ditujukan mengalirkan barang dari titik produksi sampai ke titik konsumsi.

Dalam tataniaga pertanian (agriculture marketing) akan dijumpai dua jenis kegiatan yaitu :

1. Kegiatan yang menyangkut penyediaan barang-barang ke-

- 3
- butuhan petani produsen untuk dapat memproduksi seperti pupuk, obat-obatan, minyak tanah, cangkul kredit dst.
2. Kegiatan yang menyangkut penampungan atau pembelian hasil produksi petani itu, dan melanjutkannya sampai hasil itu tiba ke konsumen akhir.

1.2. Tataniaga Adalah Produktif

Dalam tataniaga hasil pertanian produktifitas tataniaga dapat diartikan dari segi teknis dan segi ekonomis.

a. Produktif dari segi ekonomis

Dikatakan produktif dari segi ekonomis bilamana suatu pekerjaan atau usaha yang bersifat menimbulkan, menambah dan membagikan guna, sehingga guna tersebut dapat dinikmati.

b. Produktif dari segi teknis

Berarti bersifat menimbulkan, mengadakan sesuatu benda dari tenaga dan barang-barang atau benda yang sudah ada. Dengan demikian kedua pengertian tersebut, dikatakan bahwa dari segi teknis sifatnya sempit sedangkan dari segi ekonomis sifatnya luas.

Dalam tataniaga, bukan hanya produsen yang dapat dikatakan produktif akan tetapi pedagang dan pemberi jasa (perusahaan angkutan, perdagangan dsb), karena mereka telah menciptakan dan menambah nilai guna sesuatu benda.

Kegunaan (Utility) dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) jenis :

1. Kegunaan primer

Mis: gandum berubah menjadi beras.

2. Kegunaan tempat (Place Utility)

Misalnya : Memindahkan beras dari desa ke kota.

3. Kegunaan waktu (Time Utility)

Misalnya : Melepas persediaan beras di gudang pada waktu paceklik.

4. Kegunaan pemilikan (Possession Utility)

Misalnya : Penjualan beras dari pengecer ke konsumen.

1.3. Efisiensi Tataniaga

Sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu; (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murah nya, dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari pada keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu.

Sifat tataniaga yang kompleks dengan terlibatnya empat golongan (produsen, perantara, konsumen dan pemerintah) yang kadang-kadang keinginannya saling bertentangan, hal ini sangat sulit menciptakan efisiensi secara menyeluruh. Hal demikian menyebabkan perlunya suatu ukuran efisiensi yaitu : "Input-Output Ratio" dan untuk mencapai efisiensi yang setingginya, haruslah diusahakan memaksimumkan "Input-Output Ratio".

Yang termasuk Output Tataniaga yaitu :

- a. Kepuasan konsumen terhadap barang-barang dan jasa yang diterimanya.
- b. Kepuasan atas harga yang diterima produsen.

- c. Balas jasa yang diterima produsen
- d. Ditaatinya peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Yang termasuk Input tataniaga yaitu :

- a. semua pengorbanan yang berupa tenaga kerja, modal dan tata laksana dalam proses tataniaga.
- b. Usaha untuk menambah efisiensi, Misalnya mengurangi biaya tanpa mengurangi kepuasan konsumen, perantara dan produsen serta mentaati segala peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah. *20/9 '93*

Namun demikian konsep efisiensi di atas penggunaanya sangat sulit karena sulitnya mengukur tingkat kepuasan. Untuk mengatasi kesulitan ini maka efisiensi tataniaga dapat dibagi atas dua kategori yang berbeda yaitu :

- a. Efisiensi Operasional (teknologis)

Yaitu usaha untuk menekan input dengan anggapan bahwa output pada saat itu relatif tetap.

Misalnya : Penemuan-penemuan baru yang dapat menekan biaya tataniaga.

- b. Efisiensi Harga (Ekonomis)

Yaitu Usaha yang ditujukan kepada tatacara pembelian dan aspek penetapan harga dalam harga pasar.

Dalam prakteknya sering terjadi peningkatan efisiensi operasional justru menurunkan efisiensi harga atau sebaliknya. Misalnya; penyeragam grade akan meningkatkan efisiensi harga di satu pihak akan tetapi dipihak lain mengakibatkan penambahan biaya operasional yang berarti mengurangi efisiensi operasional perusahaan yang bersangkutan.

II. TUJUAN DAN PROSES. TATANIAGA PERTANIAN

2.1. Tujuan Tataniaga Pertanian

a. Terhadap Petani Produsen

Tataniaga pertanian bertujuan antara lain untuk mengarahkan keputusan-keputusan petani produsen dalam hal :

1. Apa yang diproduksi dan bagaimana menjualnya.
2. Kapan dan dimana membeli barang-barang kebutuhan untuk keperluan produksi dan konsumsi.
3. Kapan dan dimana penjualan barang yang diproduksi sehingga menguntungkan.
4. Berapa banyak pekerjaan yang harus disumbangkan terhadap tataniaga baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat.

b. Terhadap Pedagang Perantara

Tataniaga pertanian bertujuan antara lain untuk mengarahkan keputusan-keputusan pedagang perantara dalam hal:

1. Apa yang akan dilakukan untuk keperluan pasar.
2. Bagaimana memperoleh keuntungan dan balas jasa tanpa mengurangi kepuasan konsumen dan produsen.

c. Terhadap Pemerintah

Tataniaga pertanian bertujuan untuk mengarahkan keputusan-keputusan pemerintah agar pemerintah menciptakan iklim berusaha yang baik.

Program pemerintah dalam bidang tataniaga dan perdagangan dapat dikelompokkan dalam :

1. Program pengaturan, yaitu pelaksanaan kebijaksanaan pemerintah dengan menggunakan undang-undang, peraturan

perturan dan ketetapan-ketetapan yang berkenaan dengan perekonomian dan niaga.

2. Program Fasilitas, yaitu : pemerintah dapat membantu perbaikan sistem tataniaga dengan cara pembinaan sumber daya dan jasa-jasa yang tersedia untuk sistem tataniaga dan lembaga-lembaga yang menggunakan. Program ini mencakup ; investasi dan kredit, pengadaan fasilitas pergudangan, layanan informasi pasar, penelitian tataniaga dan pendidikan dan penyuluhan.
3. Program intervensi, yaitu : pemerintah ikut ambil bagian secara langsung dalam masalah-masalah pemasaran barang-barang yang dianggap penting bagi kesejahteraan penduduk. Misalnya ; pemasaran beras yang dikendalikan oleh Badan Logistik Nasional (Bulog), pemasaran garam yang dikendalikan oleh PN GARAM dan pemasaran minyak bumi dan gas.

d. Terhadap Konsumen

Tataniaga bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan tingkat kepuasan dan kesediaan mereka membayar barang yang diinginkan.

2.2. Proses Tataniaga

Dengan bertitik tolak dari pengertian dan definisi tataniaga, maka dalam proses tataniaga terdapat dua ciri utama, yaitu :

- a. Proses tataniaga merupakan suatu pergerakan yang terdiri dari sokumpulan kegiatan-kegiatan dan peristiwa-peristiwa yang berlangsung dalam beberapa rentetan.

- b. Berbagai bentuk kordinasi yang diperlukan terhadap se - kumpulan kegiatan dan peristiwa itu dalam menggerakkan barang-barang dan jasa dengan cara yang teratur dari tangan produsen ke tangan konsumen.

Kumpulan peristiwa-peristiwa yang ada dalam tatania- ga dapat dibagi menjadi 3(tiga) proses kegiatan :

- a. Proses pengumpulan (Concentration process)

Pada proses ini hasil pertanian dikumpulkan oleh peda- gang-pedagang pengumpul menjadi suatu jumlah yang besar pada tempat yang mudah untuk menyalurkannya kepada peda- gang-pedagang besar pada tempat yang mudah untuk menya- lurkannya ke pedagang-pedagang besar secara efisien.

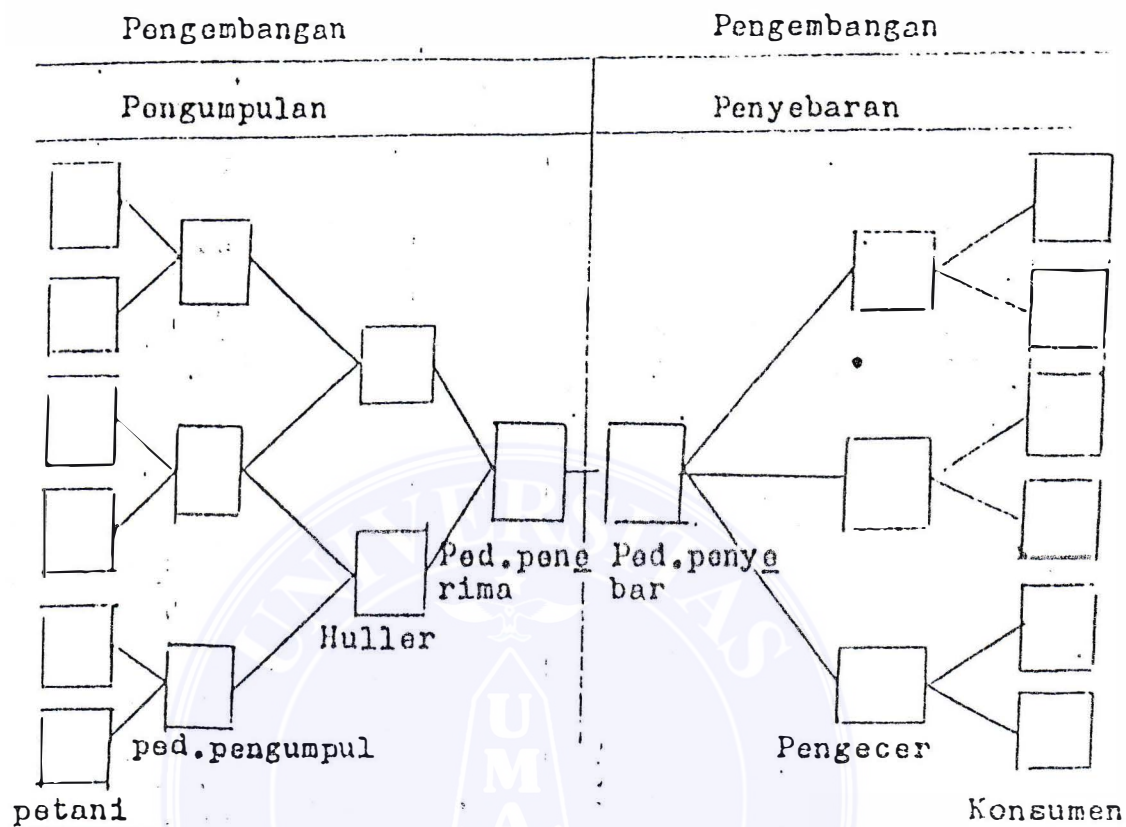
- b. Proses pengimbangan (Equalization process)

Proses ini dimaksudkan untuk menjaga keseimbangan pena- waran dan permintaan berdasarkan waktu, jumlah dan kua- litas. Proses ini sangat penting bagi hasil-hasil porta- nian terutama yang sifatnya musiman dan dengan melalui proses ini diharapkan produk/hasil pertanian dapat ter- sedia setiap saat sesuai dengan kebutuhan konsumen.

- c. Proses penyebaran (Dispersion process)

Proses ini dimaksudkan untuk menyebarkan dan mendistri- busikan barang-barang ke pada konsumen. Barang-barang itu dialirakan dari pedagang besar kepedagang pengecer sam- pai tiba kepada konsumen. Proses penyebaran ini merupa- kan kebalikan dari proses pengumpulan.

Dari uraian di atas maka baik dalam proses pengum- pulan maupun dalam proses , nyebaran selalu terdapat pro- ses pengembangan (lihat gambar 1).



Gambar 1 : Bagan dari proses pengumpulan, pengembangan dan penyebaran padi/beras (hipotetis).

III. MASALAH TATANIAGA PERTANIAN

3.1. Masalah Tataniga Pertanian Hubungannya Dengan Sifat Ciri-Ciri Khas Produksi Pertanian.

- a. Produksi pertanian diperoleh dari usaha berkala kecil
Produksi pertanian dengan diperoleh dari usaha beribu-ribu bahkan berjuta-juta petani dengan skala usaha yang kecil. Hal ini menyebabkan pengaruh petani terhadap permintaan barang yang dihasilkan sangat kecil. Akibat lain adalah para petani sulit berkomunikasi dengan petani lainnya dalam hal penjualan, penyimpanan, pengolahan dsb.
- b. Produksi bersifat musiman
Sifat musiman tersebut yakni adanya jangka waktu tertentu antara menanam dan panen, dan waktu-waktu tertentu untuk menanam dan sebagainya. Sifat yang demikian ini sangat mempengaruhi proses pengembangan barang.
- c. Produksi terpencar
Hal ini disebabkan oleh karena lokasi produksi pertanian harus disesuaikan dengan keadaan tanah dan iklim tanaman yang hendak diproduksi. Sifat yang demikian ini menimbulkan kesulitan dalam hal proses pengumpulan.
- d. Produksi pertanian berat (bulky), mengambil banyak tempat (volumeus) dan cepat/mudah rusak (perishable). Sifat produksi yang berat menyebabkan biaya angkutan relatif mahal. Sifat produksi yang banyak mengambil tempat, angkutan relatif mahal, dan sifat produksi yang cepat atau mudah rusak menyebabkan biaya tataniaga relatif mahal karena diperlukan tempat penyimpanan, perawatan yang baik.

3.2. Masalah-Masalah Tataaniaga Pertanian Yang Berhubungan Dengan Pembangunan dan Perkembangan Teknologi Pertanian.

Pembangunan pertanian meliputi 3 aspek yaitu aspek teknis, aspek ekonomis, dan aspek sosial. Ketiga aspek tersebut haruslah seimbang dan selaras perkembangannya.

Penemuan-penemuan teknologi baru untuk diterapkan oleh petani haruslah mendapat respon dari petani. Agar hal ini terlaksana dengan baik selain kemampuan meyakinkan petani juga diperlukan suatu sistem yang memudahkan petani mendapatkan sarana untuk menerapkan teknologi baru itu. Disamping itu, kelebihan produksi dari petani yang meningkat harus segera ditampung dan disalurkan dengan harga yang menguntungkan para petani.

3.3. Pendekatan Dalam Menganalisa Problem-Problem Tataaniaga

Ada 4 pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisa tataaniaga yaitu :

3.3.1. Pendekatan Serba Fungsi :

Dengan pendekatan ini semua fungsi-fungsi tataaniaga diteliti dipelajari kemudian dianalisa dalam proses tataaniaga.

Fungsi-fungsi tataaniaga dapat diklasifikasi sebagai berikut:

a. Fungsi pertukaran, terdiri dari :

- Fungsi pembelian
- Fungsi penjualan

b. Fungsi fisik terdiri atas :

- Fungsi pengangkutan
- Fungsi penyimpanan

c. Fungsi Fasilitas, terdiri atas :

- Fungsi standarisasi dan grading
- Fungsi pembiayaan
- Fungsi penanggungan resiko
- Fungsi keterangan pasar

3.3.2. Pendekatan Serba Lembaga.

Melalui pendekatan ini akan dapat diketahui lembaga yang dilalui arus-arus penyaluran barang, bagaimana kegiatan lembaga-lembaga dbb. dalam melaksanakan fungsi-fungsi tataniaga, bagaimana kerja sama yang ada antara lembaga tsb. Pendekatan ini akan mempelajari secara terperinci kegiatan lembaga-lembaga seperti pedagang pengangkutan, cara penyimpanan, cara pembelian, cara pengangkutan, cara memperoleh modal, resiko yang dialami, jumlah keuntungan, kesulitan-kesulitan yang dihadapi, masyarakat lingkup kegiatannya, responci terhadap peraturan-peraturan pemerintah dsb..

Dalam penyaluran produk-produk pertanian, lembaga-lembaga yang terlibat dapat diklasifikasi sbb.

a. Pedagang Perantara, terdiri dari :

- Pedagang pengecer.
- Pedagang besar (penerima dan penyebar)
- Pedagang pengumpul

b. Agen perantara, terdiri dari :

- Makelar dan komisioner

c. Perantara spekulatif

d. Lembaga-lembaga fasilitasi

3.3.3. Pendekatan Serba Barang.

Cara pendekatan ini, yaitu dengan menelaah segala aspek sesuatu barang, mulai dari titik produksi sampai ke titik konsumsi. Data yang dapat dikumpulkan melalui pendekatan serba barang ini, yaitu: sifat khas dari barang ybs, lembaga yang mentrasper, sumber-sumber penawaran, sumber-sumber permintaan, biaya-biaya yang diperlukan untuk memasarkan pada setiap tingkat dari proses tataniaga, fasilitas-fasilitas yang diperlukan dan peraturan pemerintah yang berhubungan dengan barang yang ditelaah.

3.3.4. Pendekatan Dengan Teori Ekonomi.

Cara menelaah tataniaga dengan teori ekonomi dimaksudkan bahwa dalam membahas dan memecahkan masalah tataniaga dipergunakan teori-teori ekonomi, terutama ekonomi makro.

Dengan teori ekonomi dapat diketahui bentuk-bentuk pasaran sesuatu barang, kurva dan fungsi permintaan dan penawarannya, elastisitas permintaan dan penawarannya dsb. Pengetahuan tentang teori ekonomi ini diperlukan pula pada pendekatan - pendekatan lainnya.

Pemilihan cara pendekatan yang akan digunakan sangat tergantung dari tujuan dan masyarakat lingkup pembahasan yang diinginkan.

AP. 4/10 '93

IV. KONSUMEN HASIL PERTANIAN

1. Latar Belakang

Hasil-hasil pertanian, baik yang langsung dikonsumsi maupun yang tidak langsung dikonsumsi, diproduksi oleh produsen hasil pertanian (dan industri hasil pertanian) dengan maksud untuk dipergunakan sendiri dan/atau untuk dijual ke-konsumen. Konsumen yang merupakan mata rantai terakhir dan/atau antara hasil-hasil pertanian harus mendapat perhatian porsi yang cukup. Sebab, daya serap konsumen merupakan faktor penentu dalam menciptakan suatu iklim produksi yang baik. Daya serap konsumen yang besar dan harga yang layak pada suatu komoditi pertanian akan merangsang produksi dan industri hasil pertanian, memperbesar kapasitas produksinya. Dan sebaliknya.

Untuk mengetahui daya serap sekaligus daya beli konsumen, dibutuhkan pengetahuan mengenai berbagai aspek yang melingkupi konsumen dalam menetapkan sesuatu hasil pertanian yang akan dikonsumsi/digunakan olehnya. Berbagai pengetahuan termaksud, akan dapat diperoleh melalui perangkat-perangkat analisa yang akan diuraikan kemudian.

2. Pengertian.

a. Konsumen hasil-hasil Pertanian :

Orang/badan usaha/lembaga yang mengkonsumsi/menggunakan pertanian yang dihasilkan oleh produsen dan/atau industri hasil pertanian.

b. Konsumen Perantara :

Konsumen yang digunakan hasil pertanian sebagai bahan baku yang kemudian diolah menjadi barang jadi.

c. Konsumen akhir :

Konsumen yang langsung mengkonsumsi/menggunakan produk petani/industri hasil pertanian.

3. Perangkat-perangkat Analisa Konsumen.

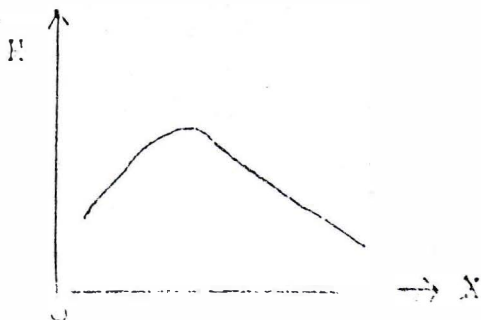
3.1. Analisa kuantitatif dengan teori kegunaan dan kurva indiferens. Analisa ini berdasar pada kegiatan bahwa keinginan/kebutuhan konsumen akan sesuatu hasil pertanian berbeda keyakinan atas kegunaannya bagi dirinya. Selanjutnya perbedaan keyakinan itu antara lain ditentukan oleh faktor-faktor pendidikan, umur, jenis kelamin, pekerjaan, status dsb.

Guna sesuatu barang (hasil pertanian) secara impotesis dibatasi oleh jumlahnya. Suatu saat guna itu dimulai dari titik minimum kemudian maksimum, dan akhirnya kembali ke titik minimum. Secara sistematis hubungan tersebut adalah :

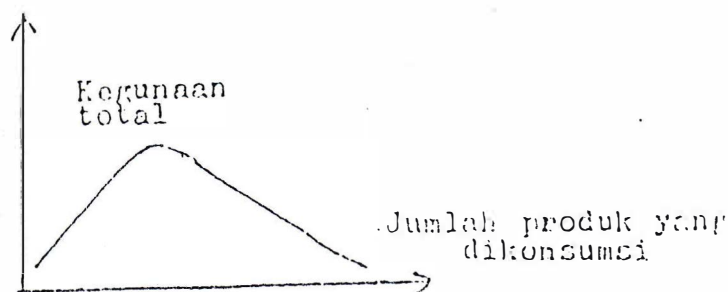
$G = f(X)$, dimana G = guna

X = jumlah yang dikonsumsi

Sedangkan gambaran kompotitasnya adalah :



Gambaran hipotesis hubungan antara kegunaan dan jumlah produk yang dikonsumsi adalah sebagai berikut :



Apabila diasumsikan bahwa setiap konsumen yang membeli barang adalah bertujuan untuk memaksimumkan kegunaannya agar tercapai kepuasan/kegunaan maksimum, syaratnya ialah harus diketahui berapa besarnya pendapatan konsumen yang untuk membeli suatu produk pada harga tertentu.

Kepuasan maksimum dibatasi dengan :

$$P = x \cdot H_x \text{ ----- untuk satu jenis produk, } H_x = \text{harga dari barang } x$$

$$P = x_1 H_1 + x_2 H_2 \text{ ----- untuk 2 jenis produk}$$

dengan bertitik tolak dari keputusan konsumen A yang membeli 2 jenis produk X_1 dan X_2 maka dapat ditentukan fungsi kegunaan atas produk tersebut dan kemudian ditentukan

fungsi tujuan yaitu fungsi yang dibuat untuk mencapai kepuasan maksimum.

Fungsi kegunaan X_1 dan X_2 terhadap konsumen A adalah :

$$G = f(X_1, X_2)$$

Contoh :

$$G = f(X_1, X_2)$$

$$H_{X1} = \text{Rp. } 100/1 \text{ satuan.}$$

$$H_{X2} = \text{Rp. } 50/1 \text{ satuan.}$$

$$B = \text{Rp. } 10.000$$

Fungsi tujuan : yaitu fungsi yang dibuat untuk mencapai kepuasan maksimum konsumen.

$$MxL = f(x_1, x_2) - \lambda (10.000 - 100x_1 - 50x_2)$$

$$\frac{dL}{dx_1} = x_2 - 100\lambda = 0$$

$$\lambda = \frac{1}{100} x_2$$

$$\frac{dL}{dx_2} = x_1 - 50\lambda = 0$$

$$\lambda = \frac{1}{50x_1}$$

$$\frac{dL}{d\lambda} = 10.000 - 100x_1 - 50x_2 = 0$$

$$\frac{1}{100} x_2 = \frac{1}{50} x_1$$

$$x_1 = 50/100 x_2 \longrightarrow x_1 = 1/2 x_2$$

$$\frac{dL}{dx} = 10.000 - 50x_2 - 50x_2 = 10.000 = 100x_2$$

$$x_2 = \frac{10.000}{100} \longrightarrow x_2 = 100$$

$$x_1 = 50$$

$$10.000 = 50 \cdot 100 + 100 \cdot 50 \longrightarrow P = x_1 \cdot H_1 + x_2 \cdot H_2$$

$$10.000 = 10.000$$

Fungsi tujuan :

$$MxL = f(x_1, x_2) + \lambda (P - x_1 H_1 - x_2 H_2)$$

$$\frac{\partial L}{\partial x_1} = \frac{\partial f(x_1, x_2)}{\partial x_1} - \lambda H_1 = 0$$

$$= \frac{\partial G}{\partial x_1} - \lambda H_1 = 0$$

$$\frac{\partial L}{\partial x_2} = \frac{\partial f(x_1, x_2)}{\partial x_2} - \lambda H_2 = 0$$

$$= \frac{\partial G}{\partial x_2} - \lambda H_2 = 0$$

$$\frac{\partial L}{\partial \lambda} = P - H_1 x_1 - x_2 H_2 = 0$$

$$\frac{\partial G}{\partial x_1} = \text{guna marginal terhadap } x_1 \text{ (GMx1)}$$

$$\frac{\partial G}{\partial x_2} = \text{guna marginal terhadap } x_2 \text{ (GMx2)}$$

Dengan menggunakan rumus di atas, dimana fungsi kegunaan, harga satuan masing-masing produk dan pendapatan konsumen diketahui; dapat ditentukan berapa satuan masing-masing barang yang dibeli konsumen tersebut agar tercapai kepuasan maksimum. Terhadap pedagang pengecer, implikasi dari perhitungan di atas adalah untuk penyusunan rencana penjualan produk dengan mengetahui terlebih dahulu fungsi kegunaan dari langganannya. Keinginan konsumen membeli sejumlah tertentu produk selain ditentukan oleh keyakinannya akan kegunaan produk itu bagi dirinya, juga ditentukan oleh harga produk tertentu.

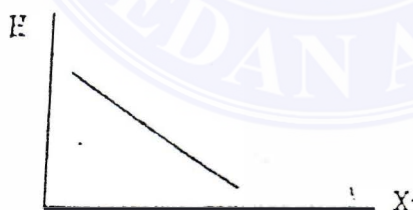
Fungsi permintaan konsumen dapat ditulis sebagai berikut :

$$X = F(H_x), \text{ dimana}$$

X = jumlah produk yang diminta/dibeli

H_x = harga dari produk itu

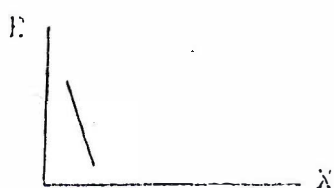
Grafik kurva permintaan di atas adalah :



Grafik 2. Kurva permintaan seorang konsumen terhadap produk X .

Permintaan pasar ; jumlah permintaan terhadap suatu produk dari seluruh konsumen yang membeli produk itu di pasar. Kurva permintaan pasar adalah jumlah dari kurva-kurva permintaan setiap konsumen yang berbelanja di pasar,

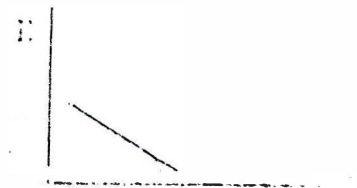
Gambar hipotesisnya adalah sebagai berikut :



Kurva permintaan
Konsumen gol. A



Kurva permintaan
Konsumen gol. B



Kurva permintaan
Pasar.

Jika dimisalkan fungsi permintaan secara matematis seorang konsumen gol. A dan seorang konsumen gol. B adalah sebagai berikut :

$$X_A = 5 - H \quad \text{dan} \quad X_B = 10 - H$$

maka fungsi permintaan untuk 1000 konsumen gol. A dan 2000 konsumen gol. B adalah :

$$\begin{aligned} X_p &= (5 - H) 1000 + (10 - H) 2000 \\ &= 25000 - 3.000 H. \end{aligned}$$

Pengukuran kegunaan suatu produk secara kardinal seringkali sulit dilaksanakannya sehingga biasanya dilakukan (pengukuran secara ordinal), yakni pengukuran yang bersifat menentukan kegunaan benda misalnya : besar, sedang dan kecil. Apabila pengukuran dilakukan secara ordinal maka kepuasan maksimum dari 2 produk yang dikonsumsi dapat diketahui dengan kurva indifferens, asalkan konsumen dapat memberikan suatu pernyataan tingkat kepuasan dari berbagai kombinasinya produk yang dikonsumsi.

Kurva Indifferens : kurva dimana di dalamnya terletak titik kombinasi dan jumlah jenis produk yang dikonsumsi oleh konsumen dengan tingkat kepuasan yang sama.

Misal : Kombinasi sayur (), dan ikan (I)

K I₁K I₂

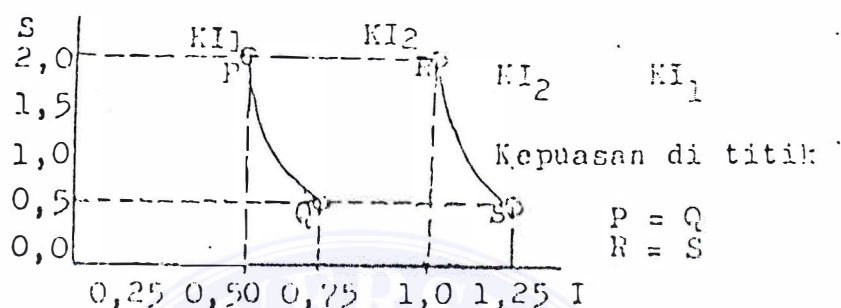
S = 2 kg ; I = 0,50 kg

S = 2 kg ; I = 1 kg

S = 0,50 kg ; I = 0,75 kg

S = 0,50 kg ; I = 1,25 kg

Gambaran kurvanya sebagai berikut :



Grafik ; Kurva indeferens seorang konsumen terhadap kombinasi ikan dan sayur.

Kurva indeferens seorang konsumen akan bergeser bila selera dan frefensinya berubah. Perubahan selera dan prefensi-nya berubah. Perubahan selera dan prefensi ini, antara lain disebabkan karena perubahan tingkat pendidikan, pengetahuan dan pendapatan. Kurva indeferens yang merupakan fungsi dari dua produl yang dikombinasi hanya diukur secara ordinal. (bentuk *Besar, sedang, kecil*)

$K I = F (X, Y)$, dimana

K I = kurva indeferens

X dan Y = jumlah produk X dan Y yang dikonsumsi

Pada kurva indeferens, perubahan dari satu titik kombinasi ke titik kombinasi lainnya pada garis kurva yang sama memberikan kepuasan yang sama pula.

Yang perlu diketahui adalah daya subtitusi marginal (DSM) dari suatu barang terhadap barang lain. Jika produk yang dikombinasikan seorang konsumen adalah X dan Y maka :

$$x, y \rightarrow \text{barang} \rightarrow \text{DSM}_{xy} = \frac{dy}{dx}$$

21

$$\text{DSM}_{xy} = \frac{dy}{dx}$$

artinya, daya substitusi marginal X terhadap Y adalah jumlah satuan produk yang dikurangi untuk menambah satu satuan produk x dengan tingkat kepuasan yang tidak berubah. Untuk mencapai kepuasan maksimum atau kombinasi optimum dari dua produk X, Y haruslah

$$dy \cdot H_y = dx \cdot H_x$$

$$\frac{dy}{dx} = \frac{H_x}{H_y}$$

$$\text{DSM}_{xy} = \frac{H_x}{H_y} = \frac{GM_x}{GM_y}$$

Contoh Soal :

$$\text{Fungsi kegunaan jagung} = G_x = 10x - 2x^2$$

$$\text{Fungsi kegunaan Singkong} = G_y = 6y - y^2$$

$$\text{DSM}_{xy} = 2$$

$$\text{Harga 1 kg jagung} = H_x = \text{Rp. } 100$$

$$\text{pendapatan konsumen} = P = \text{Rp. } 10.000,-$$

Dinyatakan X dan Y agar tercapai kepuasan maksimum

$$\text{DSM}_{xy} = \frac{H_x}{H_y} = 2 \quad \text{-----} \quad H_x = 2 H_y$$

$$H_y = \frac{1}{2} H_x = \text{Rp. } 50,-$$

$$\frac{GM_x}{GM_y} = \frac{H_x}{H_y} = \frac{100}{50} = 2 \quad \text{-----} \quad GM_x = 2 GM_y$$

$$GM_x = \frac{dG_x}{dx} = 10 - 4x$$

$$GM_y = \frac{dG_y}{dy} = 6 - 2y$$

Kepuasan maksimum dicapai bila

$$GM_x - H_y = GM_y \cdot H_x \quad \text{-----} \quad GM_x = GM_y = GM_y$$

$$(10 - 4x) = (6 - 2y)2$$

$$10 - 4x = 12 - 4y \quad \text{-----} \quad -4x = 2 - 4y$$

$$4x = 4y - 2 \quad \text{-----} \quad x = y - 1/2$$

Untuk mencapai kepuasan maksimum, konsumen akan membeli produk X dan Y dengan pendapatan Rp. 10.000,-

$$X H_x + Y H_y = 10.000,-$$

$$100x + 50y = 10.000,-$$

$$100(Y - 1/2) + 50Y = 10.000,-$$

$$100y - 50 + 50Y = 10.000,-$$

$$50y - 50 = 10.000,-$$

$$50y = 9.950,- \text{ ----- } y = 199$$

$$x = 199 - \frac{1}{2} = 198,5$$

Jadi jumlah singkong yang dibeli = 199 kg

jumlah jagung yang dibeli = 198,50 kg.

Implikasi perhitungan :: Perencanaan jumlah barang yang akan disalurkan ke konsumen.

Dasar Asumsi : Beberapa konsumen yang fungsi kegunaannya terhadap beberapa jenis produk dapat mewakili fungsi kegunaan konsumen lainnya.

Untuk menentukan hubungan kuantitatif suatu fungsi, baik fungsi kegunaan maupun fungsi permintaan dari seorang konsumen diperlukan penelitian yang seksama.

3.2. Tingkah laku dan motivasi konsumen dengan analisa kualitatif.

Dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang, tingkah laku konsumen antara konsumen yang satu dengan lainnya seringkali berbeda. Perbedaan tersebut baik mengenai lokasi, jarak maupun menyangkut harga barang tersebut. Timbulnya perbedaan ini diakibatkan oleh perbedaan motif-motif pembelian diantara mereka.

Analisa mengenai tingkah laku dan motivasi konsumen lebih banyak sebagai suatu analisa psikologis. Motivasi konsumen berperan dalam penentuan jenis barang yang dibeli, waktu pembelian yang tepat, tempat yang lebih mudah dijangkau, jumlah yang akan dibeli dan harga yang akan memuaskannya. Jadi konsumen membeli suatu barang karena adanya dorongan didalam jiwanya atau sesuatu yang mengendalikan dalam pekerjaannya dan semuanya ini disebut motivasi konsumen.

Motivasi konsumen dapat dibedakan atas :

a. Motif barang atau produk

Motif pembelian didasari oleh referensi (kelebiasukaan) terhadap sesuatu. Selanjutnya preferensi pada keadaan produk dan faktor kebiasaan.

Misalnya : Kebiasaan membeli/mengonsumsi beras lapang.

b. Pembeli dengan pembelian demikian hanya membeli pada tempat-tempat tertentu. Faktor penyebabnya antara lain mudah dijangkau atau reputasi penjual yang baik. Pembeli dengan motif yang demikian biasanya dipertimbangkan harga-harga yang akan dibeli.

IRRATIONAL MOTIV

c. Motif Emosional (*Emotional Motiv*)

Yaitu motif pembeli yang berdasarkan atas dorongan nafsu dan bukan atas dasar kesadaran diri sendiri.

Misalnya :

- c 1. Motif Emulsi : Pembelian dilakukan dengan maksud menandingi orang lain.
- c 2. Motif Individualitas : Membeli suatu barang ganjil atau belum dimiliki orang lain.
- c 3. Motif memuaskan selera : Membeli suatu barang hanya semata-mata untuk memuaskan selera atau keinginannya.

d. Motif-motif rasional

Motif rasional adalah pembelian yang didasarkan atas dorongan yang timbul disetujui diri sendiri atau dorongan yang timbul secara sadar. Pembelian barang yang didahului oleh pertimbangan-pertimbangan yang matang dan ekonomis.

Misalnya :

- d 1. Membeli suatu barang karena dapat dipercaya.
- d 2. Membeli suatu barang karena daya tahannya lama.
- d 3. Membeli suatu barang yang efisien penggunaannya.

Selaku makhluk biologis, manusia itu harus selalu memenuhi keinginannya akan sesuatu barang kebutuhan untuk mempertahankan dan memperbaiki kehidupannya. Kebutuhan-kebutuhan itu dapat dipenuhi dengan berbagai macam cara dan dengan berbagai macam barang. Umumnya lebih cenderung mempersoalkan bagaimana memecahkan masalahnya daripada meneliti apa masalahnya. Oleh karena itu banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tak dapat dimengerti oleh

konsumen itu sendiri secara individualis. Tindakan-tindakan sehari-hari mereka banyak tidak disadari, meskipun sebenarnya tindakan-tindakan itu dipengaruhi oleh faktor - faktor yang berpengaruh terhadap konsumen.

3.3. Analisa populasi yang besar

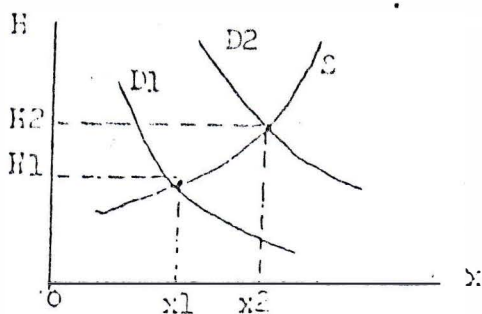
a. Penyebaran penduduk dan pendapatan

Pola penyebaran penduduk dan pendapatan dari daerah penerima perlu diketahui untuk bahan perencanaan supply barang menurut jumlah barang dan suatu barang yang dibutuhkan.

b. Pertambahan penduduk

Pertambahan penduduk yang pesat mengakibatkan bertambahnya kebutuhan terhadap sesuatu barang. Akibatnya, selain akan merubah pola produksi juga akan merubah mekanisme yang bekerja dalam tataniaga.

Misalnya : Penambahan kapasitas gudang dan frekuensi angkutan. Bila pertambahan penduduk tidak diimbangi oleh pertambahan jumlah produksi harga akan naik, karena kurva permintaan bergeser kekanan.



D1 = kurva permintaan sebelum adanya pertambahan penduduk.

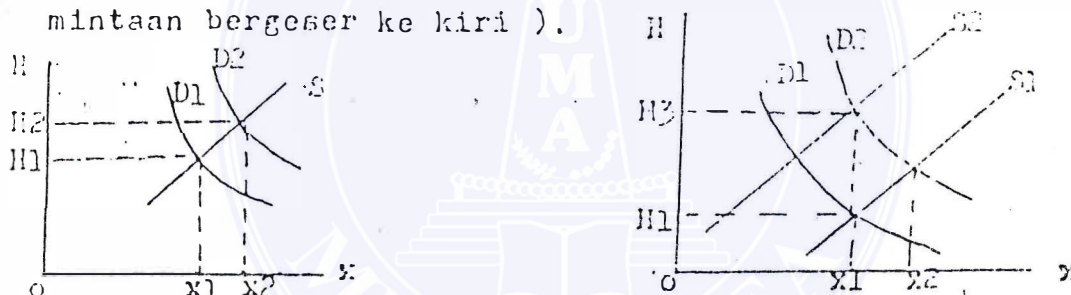
D2 = kurva permintaan setelah adanya pertambahan penduduk.

Grafik : Pergeseran ke kanan kurva permintaan karena pertambahan penduduk dengan kurva penawaran yang tetap.

c. Urbanisasi

Perpindahan penduduk dari desa ke kota mengakibatkan pulla pengaruh dalam sistem tataniaga. Perpindahan dapat menyebabkan jumlah permintaan Pasar bertambah besar dan berkurangnya jumlah produk yang ditawarkan akibat berkurangnya jumlah produk yang ditawarkan akibat berkurangnya produksi di Desa-desa yang ditinggalkan oleh penduduk/petani.

Dalam konsumsi ada dua kemungkinan yang timbul yaitu jumlah permintaan bertambah (Kurva permintaan bergeser ke kanan) dengan penawaran yang tetap atau jumlah permintaan bertambah yang diikuti jumlah permintaan yang berkurang (Kurva permintaan bergeser ke kiri).



Grafik : Pergeseran kurva permintaan dan penawaran yang mungkin timbul akibat Urbanisasi.

Keterangan : D1 = Kurva permintaan sebelum Urbanisasi.
 D2 = Kurva permintaan sesudah Urbanisasi.
 S1 = Kurva permintaan sebelum Urbanisasi.
 S2 = Kurva permintaan sesudah Urbanisasi.

d. Daerah yang berbeda

Kebiasaan yang melekat terhadap konsumen disuatu daerah dapat menimbulkan adanya perbedaan prefensi dengan daerah lainnya.

e. Agama dan kepercayaan Berbeda

Larangan suatu agama dan kepercayaan pada pemeluknya untuk mengkonsumsi suatu produk harus diperhitungkan sebab-

lum mensuplai suatu produk ke suatu daerah.

f. Efek dari pada hari-hari raya

Mendekati hari raya tertentu biasanya permintaan konsumen terhadap suatu produk meningkat.

g. Efek dari pada perubahan pola kehidupan

Perubahan pola kehidupan konsumen dapat merubah pola konsumsinya. Perubahan pola kehidupan konsumen antara lain akibat meningkatnya penghasilan atau meningkatnya pendapatan konsumen konsumen bersangkutan.

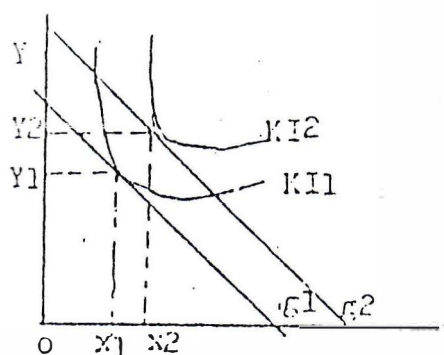
h. Perubahan konsumsi dari waktu ke waktu

Lebih banyak ditentukan oleh perkembangan ekonomi atau tingkat hidup penduduk. 29/10/25

3.4. Analisa Konsumen = Analisa Pendapatan

Banyak faktornya yang mempengaruhi cara dan jumlah pembelian terhadap suatu produk, namun yang paling besar pengaruhnya adalah faktor pendapatan dan sifatnya berlaku umum bagi setiap konsumen. Tinggi rendahnya pendapatan konsumen menentukan besar kecilnya daya beli mereka terhadap produk yang dibutuhkan. Pendapatan seorang konsumen tidak seluruhnya menggunakan untuk membeli suatu produk.

Pendapatan efektif yang digunakan untuk membeli suatu produk adalah pendapatan setelah di kurangi pajak-pajak dan disebut Disposable Meane. Meningkatnya pendapatan konsumen berarti meningkatnya anggaran yang tersedia untuk memenuhi kebutuhannya, dan sebaliknya. Keadaan ini dapat dijelaskan dengan grafik sebagai berikut :



g1. garis anggaran sebelum pendapatan naik.

g2. garis anggaran sesudah pendapatan naik.

KI1. Kurva Indiferens sebelum pendapatan naik.

KI2. Kurva Indiferens sesudah pendapatan naik.

Grafik : Kombinasi-kombinasi pemakaian produk X dan Y sebelum dan sesudah pendapatan naik.

Tidak selamanya kenaikan pendapatan mengakibatkan jumlah perubahan produk bertambah. Hal ini tergantung pada sifat dari produk yang dibelinya.

Produk konsumsi dapat dibagi atas 3 (tiga) jenis yang berdasarkan atas sifatnya yaitu :

- a. Barang normal, yaitu produk konsumsi yang jumlah pembeliannya mengikuti pendapatan konsumen.

Misalnya: Buah-buahan tertentu

- b. Barang netral, yaitu produk konsumsi yang jumlah pembeliannya tidak terlalu dipengaruhi oleh pendapatan konsumennya. Mis. Garam.

- c. Barang ^{inferior} tuna Nilai, yaitu produk konsumsi yang jumlah pembeliannya menurun bila pendapatan konsumen naik.

Mis. Gaplek, jagung berasan.

3.5. Elastisitas Permintaan Konsumen.

Elastisitas permintaan konsumen terhadap suatu produk adalah tingkat perubahan jumlah barang yang diminta akibat terdapatnya perubahan-perubahan harga produk tersebut.

Elastisitas permintaan secara kuantitatif adalah perubahan

relatif jumlah produk yang diminta dibagi dengan perubahan relatif dari harga produk tersebut. Jika fungsi permintaan suatu produk $X=f(H)$, dimana X = jumlah produk yang diminta dan H = harga produk tersebut, maka elastisitas permintaan konsumen adalah :

$$E_p = \frac{dx}{dH} \cdot \frac{H}{x}, \text{ dimana}$$

dx = Perubahan jumlah produk yang dibeli

dH = Perubahana harga produk

Rumus di atas berlaku bila data yang dipakai adalah data yang kontinue atau hubungan kuantitatif dari F permintaan diketahui, bila data yang dipakai tidak kontinue maka rumus diatas berubah menjadi ;

$$E_p = \frac{\Delta X}{\Delta H} \cdot \frac{H}{X}$$

X = Perubahan rata-rata jumlah produk yang dibeli

H = Perubahan rata-rata harga produk

Jika data yang diperoleh terbatas sehingga hanya diperoleh 2 angka pengamatan jumlah pengamatan yang berbeda dengan harga yang berbeda pula maka E_p konsumen masih dapat dihitung dengan menggunakan elastisitas Busur Sbb :

$$E_{bs} = \frac{\Delta X}{\Delta H} \cdot \frac{H}{X}$$

ΔX = Perubahan rata-rata dari 2 pengamatan

ΔH = Jumlah perubahan rata-rata dari 2 pengamatan

Contoh Soal :

Fungsi seorang konsumen terhadap kubis disuatu pasar adalah $X=100 - H$ dimana X =Jumlah kubis yang dibeli
 H =harga satuan dari kubis

Jika $H = Rp. 50/kg$ -----> E_p ?

Jawab :

$$X = 100 - H \quad \text{-----} \quad X = 100 - 50 = 50$$

$$\frac{dx}{dH} = -1 \quad \text{-----} \quad Ep = \frac{dx}{dH} \cdot \frac{H}{X} = -1 \cdot \frac{50}{50} = -1$$

Jika Ep konsumen di atas di andaikan f permintaan dari 1000 orang yang berbelanja di pasar, maka f permintaan pasar adalah $X_{\text{pasar}} = 1.000 (100 - H) = 100.000 - 1.000 \cdot H$

$Ep_{\text{pasar}} = \dots\dots\dots ?$

$$X_{\text{pasar}} = 100.000 - 1.000 (50) = 100.000 - 50.000 \\ = 50.000$$

$$\frac{dX_p}{dH} = -1.000$$

$$Ep_{\text{pasar}} = -1.000 \cdot \frac{50}{50.000} = -1$$

$Ep = -1$ artinya prosentase perubahan harga barang sama dengan prosentase jumlah barang yang diminta atau dibeli konsumen dengan arah berlawanan.

Jika prosentase perubahan harga produk yang dibeli lebih besar dari prosentase perubahan jumlah produk dibeli atau $Ep > 1 - 1$, maka permintaan produk itu elastis. Sebaliknya jika prosentase perubahan harga produk yang dibeli lebih kecil dari prosentase perubahan jumlah produk yang dibeli atau $Ep < 1$ maka permintaan produk itu tidak elastis.

Contoh Soal :

$$H1 = \text{Rp. } 30/\text{kg} \quad \text{-----} \quad X1 = 20/\text{kg}$$

$$H2 = \text{Rp. } 36/\text{kg} \quad \text{-----} \quad X2 = 18/\text{kg} \quad Ep \dots\dots ?$$

$$E_{bs} = \frac{\Delta X}{\Delta H} \cdot \frac{H}{X} = \frac{-2}{6} \cdot \frac{33}{19} = \frac{-66}{104} = -0,63$$

*Permintaan tidak Elastis.

Perubahan pendapatan konsumen dapat pula mengakibatkan perubahan jumlah produk yang dibeli. Dan selanjutnya pada 2 produk yang bersifat substitusi atau komplementer, maka perubahan kerja salah satu diantaranya dapat mengakibatkan perubahan jumlah permintaan dapat di ukur dengan elastisitas pendapatan dari permintaan yaitu dengan rumus :

$$E_{pp} = \frac{\Delta X}{\Delta P} \cdot \frac{P}{X} \quad \text{dimana}$$

P = perubahan pendapatan

ΔX = perubahan jumlah pembelian akibat perubahan pendapatan

ΔP = pendapatan semula

X = jumlah pembelian pada pendapatan semula

Contoh Soal :

Pada tingkat pendapatan rata-rata Rp. 5000/bulan maka permintaan terhadap indo milk 1000 kaleng/hari selanjutnya pada saat pendapatan naik menjadi rata-rata Rp. 6000/bulan maka pembelian 1500 kaleng/hari. Ditanyakan : E_{pp} dari Indomilk.

$$E_{pp} = \frac{\Delta X}{\Delta P} \cdot \frac{P}{X} = \frac{500}{1000} \cdot \frac{5000}{1000} = +2,5 \quad (\text{Elastis})$$

$E_{pp} = 2,5$ setiap pendapatar naik/turun 1% mengakibatkan jumlah Indomilk yang dibeli naik/turun 2,5 %.

- Perubahan permintaan akibat perubahan harga salah satu produk substitusi atau komplementer dapat di ukur dengan elastisitas silang Sbb ;

$$E_{ps} = \frac{\Delta X}{\Delta H_y} \cdot \frac{H_y}{X} \quad \text{dimana}$$

H_y = Perubahan harga produk Y

ΔX = Perubahan produk x yang dibeli akibat perubahan harga produk Y

H_y = Harga produk y semula

x = Jumlah x pada harga produk y semula.

Contoh Soal :

Bila harga telur ayam Rp. 75/butir maka telur bibit yang terjual 5000 butir. Namun bila harga telur ayam naik Rp. 100 per butir maka jumlah bibit yang terjual 10.000 butir.

Ditanyakan : Elastisitas Silang dari permintaan telur bibit terhadap harga telur ayam.

$$E_{ps} = \frac{\Delta x}{\Delta y} \cdot \frac{y}{x} = \frac{5.000}{25} \cdot \frac{75}{5000} = +3 \text{ (elastis)}$$



BAB V. PRODUSEN HASIL-HASIL PERTANIAN

5.1. Peranan Produsen Dalam Tataniaga Pertanian

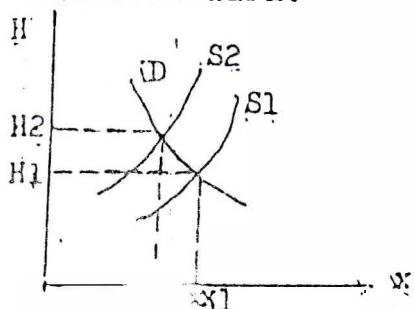
Produsen hasil-hasil pertanian adalah orang/badan/Perusahaan yang memproduksi barang-barang/hasil-hasil pertanian. Petani produsen selain bersatatus sebagai produsen hasil-hasil pertanian juga adalah konsumen hasil-hasil pertanian. Dalam proses penjualan produknya, petani lebih banyak berhubungan dengan pedagang pengumpul. Para petani sebagai produsen hasil-hasil pertanian dalam mengoprasikan usahataniannya dapat mengalami 2 hal yaitu, :

a). Produksi Menurun.

Akibatnya :-Volume pembelian pedagang pengumpul berkurang yang selanjutnya mempengaruhi proses perkembangan baik pada proses pengumpulan, maupun penyebaran.

-Volume hasil yang akan diangkut dan disimpan akan berkurang, sehingga jumlah alat angkut dan gudang yang dibutuhkan berkurang yang selanjutnya menyebabkan alat angkut dan gudang bekerja tidak sesuai dengan kapasitas.

Kondaan yang demikian menyebabkan kurva penawaran bergeser ke sebelah kiri.



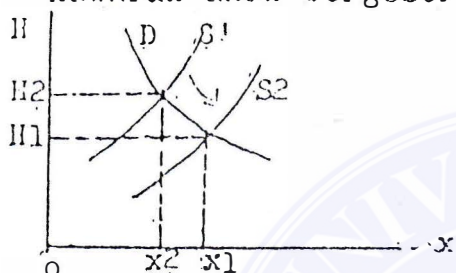
S_1 = Kurva penawaran sebelum produksi turun

S_2 = Kurva penawaran setelah produksi turun

Grafik : Keadaan dimana jumlah produksi berkurang.

b). Produksi Naik

Akibatnya :- Volume pembelian dari pedagang pengumpul bertambah sehingga dibutuhkan pula tambahan modal, tenaga dan fasilitas. Penawaran di daerah konsumen bertambah dan bila permintaan konsumen relatif tetap maka dapat dipastikan harga akan turun. Keadaan ini menyebabkan kurva penawaran akan bergeser ke kanan.



S_1 = Kurva penawaran sebelum produksi naik

S_2 = Kurva penawaran setelah produksi naik

Grafik : Keadaan dimana jumlah produksi bertambah.

5.2. Produsen Hasil-Hasil Pertanian dan Hasil-Hasil Industri

Produsen hasil-hasil pertanian dan produsen hasil-hasil industri sebagai produsen barang/produk bagi konsumen, dalam beberapa hal memperlihatkan perbedaan-perbedaan antara lain:

U r a i a n	Produsen Hasil Pertanian	Produsen Hasil Industri
a). Permintaan	tidak Elastis	Elastis
b). Biaya Pengumpulan	Besar	Kecil
c). Standarisasi dan Grading	Setelah Produksi	Sebelum Produksi
d). Sifat Produsen dalam proses penjualan	Passif	Aktif
e). Yang Berperan Besar dalam proses Tata niaga	Pedagang pengumpul	Pedagang Besar (Grosir)

5.3. Jenis-Jenis Hasil Pertanian

Berdasarkan penggunaannya, hasil-hasil pertanian dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu :

a). Bahan Makanan (Food Materials).

b). Bahan Baku (Raw Materials).

Tanaman yang menghasilkan bahan makanan disebut "Food Crops", dan tanaman yang menghasilkan bukan bahan makanan dinamakan "Non Food Crops". Baik Food Crops maupun Non Food Crops dapat merupakan komoditi ekspor tergantung dari potensinya masing-masing. Pada prakteknya hasil-hasil pertanian pada suatu - saat dapat merupakan komoditi ekspor tetapi pada saat lain dapat berubah menjadi komoditi non ekspor, bahkan bukanlah mustahil bila menjadi komoditi import. Demikian pula bisa juga terjadi hal yang sebaliknya.

Selanjutnya adapula yang membagi hasil pertanian menjadi benda konsumsi dan bahan mentah. Benda konsumsi adalah produk pertanian yang dalam bentuknya yang asli langsung dikonsumsi sedangkan bila hasil pertanian itu memerlukan pengolahan lebih lanjut maka hasil pertanian itu digolongkan dalam bahan baku.

5.4. Ciri Khas Hasil-Hasil Pertanian

- a). Mudah busuk atau rusak (perishable) sehingga untuk mempertahankan mutu dan memperlama daya tahannya diperlukan pengolahan yang baik.
- b). Mengambil banyak tempat (volume mous) sehingga didalam proses penyimpanan diperlukan gudang dengan daya tampung yang cukup besar dan dalam proses pergerakannya diperlukan alat angkut dan daya angkut yang cukup besar.
- c). Berat (Bulky) sehingga sulit digerakkan dari satu tempat ke tempat lainnya.

5.5. Lokasi darimpada daerah Produksi

Bagi seorang pengusaha yang bergerak dibidang pertanian, penentuan lokasi produksi merupakan faktor penting.

Secara garis besar faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan lokasi ada 3 kategori, yaitu :

a). Perbedaan biaya produksi

Perbedaan biaya produksi antara lain disebabkan oleh keadaan iklim, tanah, cara bekerja dan keterampilan penduduk.

b). Perbedaan biaya transpor dari titik produksi ke titik konsumsi

Perbedaan ini antara disebabkan oleh keadaan jalanan, jumlah dan kapasitas daya angkut, dan banyak tidaknya pungutan-pungutan di jalanan.

c). Adanya Lembaga

Lembaga-lembaga yang bergerak dalam pengumpulan hasil, pengangkutan dan pengolahan hasil disuatu daerah dapat menekan biaya tataniaga bilamana lembaga-lembaga tersebut bekerja secara efisien.

5.6. Penawaran dan Elastisitas.

Timbulnya penawaran bersumber pada dari adanya produksi, dengan adanya penawaran maka konsumen dapat memperoleh produk yang mereka butuhkan. Penawaran suatu barang/Produk adalah hubungan lurus dengan harga barang tersebut, atau penawaran adalah fungsi dari harga yaitu :

$$Y = f(H) \quad \text{dimana} \quad Y = \text{Jumlah produk yang ditawarkan}$$

$$H = \text{Harga dari produk tersebut}$$

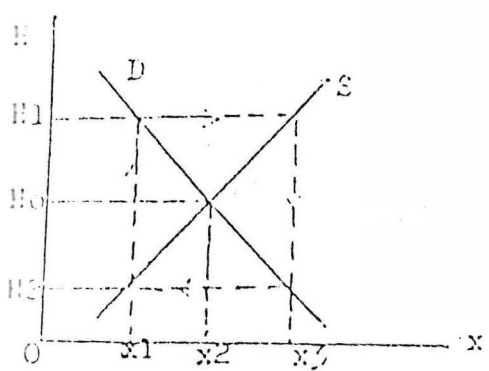
Seorang pengusaha yang menawarkan produknya bertujuan untuk memperoleh keuntungan maksimum. Oleh karena itu di dalam ekspansi

nomi mikro kurva biaya marginal dari proses produksi merupakan kurva penawaran. Apabila kurva penawaran itu sama dengan harga satuan yang ditawarkan maka tercapailah keuntungan maksimum (persoalan ini dibahas terperinci dalam ekonomi mikro)

Seperti diketahui hasil-hasil pertanian sangat bergantung pada iklim, keadaan tanah, serangan hama penyakit dsb. Keadaan yang demikian ini menyulitkan pengukuran berapa sebenarnya yang harus diproduksi agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara kontinyu dengan harga yang relatif tetap. Bila suatu saat produksi meningkat sedangkan kebutuhan konsumen relatif tetap maka harga akan bergerak turun sehingga produsen kurang bergairah meningkatkan produksi.

Produksi akan turun dan bila saat itu permintaan naik (karena ada permintaan dari luar negeri) maka harga akan bergerak naik dan para produsen akan bergairah lagi meningkatkan produksi. Dalam situasi yang demikian harga akan selalu bergerak dan tidak berada pada satu titik keseimbangan dalam jangka waktu yang lama. Situasi yang demikian lebih mudah dimengerti dengan teori Cobwebb, yakni dengan mengemukakan 3 macam perubahan dari pergerakan titik harga keseimbangan akibat adanya perubahan-perubahan dari jumlah penawaran :

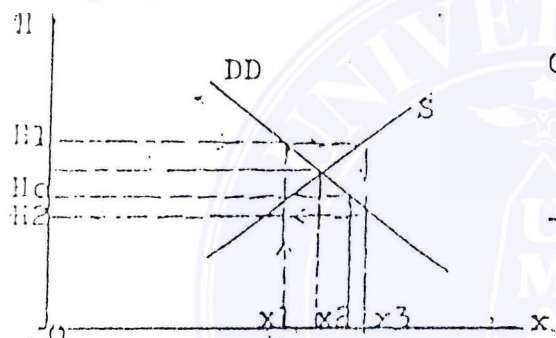
- a). Jika sudut positif dari kurva penawaran sama dengan negatif dari kurva permintaan, maka perubahan dan pergerakan harga akan berkisar pada satu jalur atau merupakan suatu lingkaran yang berulang (Repeating Cycle).



Grafik : Teori Cobwebb dengan pergerakan harga yang berulang secara tetap.

-Respon konsumen dan produsen terhadap perubahan harga adalah sama atau $ED = ES$.

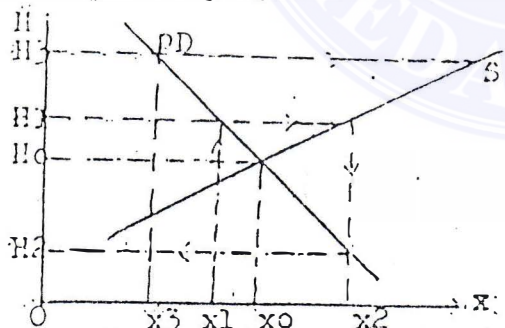
b). Jika sudut positif dari kurva penawaran lebih besar dari sudut negatif kurva permintaan maka perubahan dan pergerakan harga akan mendekati harga keseimbangan (Converging Cicle).



Grafik : Teori Cobwebb dengan pergerakan harga yang mendekati harga keseimbangan.

-Respon konsumen terhadap harga lebih besar dibanding respon produsen atau $ED > ES$.

c). Jika sudut positif dari kurva penawaran lebih kecil dari sudut negatif kurva permintaan, maka perubahan dan pergerakan harga akan menjauhi harga keseimbangan (ekspanding Cycle).



Grafik : Teori Cobwebb dengan pergerakan harga yang semakin menjauhi harga keseimbangan (Ekspanding Cycle).

-Respons konsumen terhadap harga lebih kecil dibanding respon produsen atau $ED < ES$.

Asumsi yang dipakai adalah :

a). Adanya persaingan sempurna dimana penawaran semata-mata ditentukan oleh reaksi produsen perorangan terhadap harga. Harga ini setiap produsen dianggap tidak akan berubah dan produsen juga menganggap jumlah produksinya tidak akan memberi pengaruh yang berarti terhadap pasar.

- b). Periode produksi memerlukan waktu tertentu, sehingga penawaran tidak dapat secara langsung berreaksi terhadap harga tetapi diperlukan jangka waktu tertentu.
- c). Harga ditentukan oleh jumlah barang yang datang ke pasar dan harga itu cepat berreaksi terhadapnya.

Dari sudut penawaran maka akan dijumpai bahwa ada barang yang bersifat elastis dan ada pula yang tidak elastis, seperti halnya pada permintaan. Elastisitas penawaran adalah hasil bagi dari perubahan relatif jumlah barang yang akan ditawarkan dengan perubahan relatif jumlah barang yang akan ditawarkan dengan perubahan relatif harga barang itu.

Jika fungsi penawaran diketahui maka rumus elastisitasnya adalah :

$$ES = \frac{dX}{dH} \cdot \frac{H}{Y}$$

Dimana : dX = Perubahan jumlah barang yang ditawarkan karena perubahan harga barang.

dH = Perubahan harga barang

H = Harga barang semula

Y = Jumlah penjualan barang semula

Jika data penawaran dan harga terbatas, elastisitas dapat dicari dengan elastisitas busur, yaitu ;

$$ES = \frac{\Delta Y}{\Delta H} \cdot \frac{\bar{H}}{\bar{Y}}$$

Dimana ; Y = Perubahan jumlah barang karena perubahan harga

H = Perubahan harga barang

$\bar{H}$ = Harga rata-rata

$\bar{Y}$ = Jumlah penjualan rata-rata

Contoh Soal :

Fungsi penawaran ; $Y = 100 + 5 H^2$

Jika $H = Rp. 10$ maka $Es = ?$

Jawab :

$$\frac{dY}{dH} = 10 H \quad Y = 100 + 5 (10)^2 = 600.$$

$$ES = \frac{dY}{dH} \cdot \frac{H}{Y} = 10 (10) \cdot \frac{10}{600} = +1,7 \text{ (Elastis)}.$$

Artinya : Jika harga berubah 1%, maka jumlah barang yang ditawarkan berubah 1,7%.

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap elastisitas penawaran :

- a). Tingkat kemampuan produksi suatu barang untuk mengikuti perubahan harga. Makin mampu produksi mengikuti perubahan harga makin besar pula elastisitasnya.
- b). Tingkat ketahanan suatu barang untuk dapat disimpan. Makin besar dasar daya tahan suatu barang makin besar pula elastisitas penawarannya.

VI. FUNGSI-FUNGSI TATANIAGA

6.1. Pengertian dan Klasifikasi

Fungsi tataniaga adalah : Semua jasa-jasa atau kegiatan dan tindakan-tindakan yang diberikan dalam proses penyaluran barang dari tangan produsen ke tangan konsumen.

Dalam proses pengaliran barang terdapat beberapa fungsi yang harus ditampung dan dilakukan baik oleh produsen, perantara, maupun oleh konsumen. Fungsi-fungsi tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

A. Fungsi pertukaran.

Bertujuan untuk memperlancar jalannya pemindahan hak milik atas barang-barang.

B. Fungsi Fisik.

Bertujuan untuk mengadakan barang secara fisik yang berarti memperlancar jalannya fungsi pertukaran.

C. Fungsi Fasilitas.

Bertujuan untuk menyediakan dan memberikan jasa-jasa fasilitas guna memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik.

6.2. Fungsi Pertukaran

Terdiri dari dua fungsi yakni :

a. Fungsi penjualan

b. Fungsi Pembelian

Fungsi pertukaran menciptakan "Possilation Utility" (Kegunaan hak milik). Untuk memperlancar jalannya fungsi penjualan dan pembelian diperlukan adanya "Merchandizing". "Merchandizing" adalah perencanaan yang ditujukan untuk

masarkan barang atau jasa-jasa pada tempat, waktu, jumlah, bentuk dan harga yang tepat.

Dalam "Merchandizing" termasuk kegiatan-kegiatan sbh :

a. Strategi dan Pelayanan atas Produk

Meliputi : - Pengembangan Produk.
 - Spesifikasi dan diversifikasi produk.
 - Pemberian merk atau etiket.
 - Pengemasan.
 - Jaminan dan Pelayanan.

b. Organisasi.

Meliputi perbaikan dan penyempurnaan organisasi untuk menciptakan keterampilan dan menarik konsumen dengan cara memperbaiki metoda penjualan dan cara pelayanan.

c. Teknik Memperbesar Pemasaran

Meliputi usaha "Sales Promotion and Advertizing".

d. Harga dan syarat-syarat penjualan

Meliputi siasat dalam menetapkan harga dan dengan syarat-syarat penjualan yang menarik sehingga langganan atau konsumen lebih banyak,

6.2.1. Fungsi Penjualan

Bertujuan mencari pembeli (konsumen dan langganan) - suatu barang dengan motif keuntungan yang sebesar-besarnya. Untuk itu seorang penjual harus mencari tempat, waktu, dan harga yang tepat pada jumlah dan kualitas yang diinginkan oleh konsumen atau pembeli.

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan, maka fungsi penjualan dapat disarikan menjadi beberapa kegiatan atau sbh

fungsi yakni :

a. Sub fungsi perencanaan dan pengembangan produk.

Fungsi ini bertujuan membuat suatu barang dapat terjual di pasar. Untuk itu barang yang diproduksi haruslah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan potensi konsumen.

b. Sub fungsi melakukan kontak

Kegiatan mencakup ; penetapan pasar dari produk yang dihasilkan, mencari pembeli pada pasar tersebut, dan membuat kontak dengan pembeli.

c. Sub fungsi menciptakan permintaan

Khusus ditujukan dalam rangka memperbesar permintaan atau mendorong dan menimbulkan keinginan konsumen.

d. Sub fungsi mengadakan pembicaraan atau perundingan.

Fungsi ini membicarakan dan merundingkan syarat-syarat dan kondisi-kondisi serta prosedur-prosedur yang harus dilakukan oleh penjual dan pembeli sebelum mengadakan transaksi-transaksi.

Pembicaraan itu meliputi : kualitas, kuantitas, harga, cara pengangkutan, waktu dan cara pembayaran dari produk yang akan diperjual belikan.

e. Sub fungsi membuat kontrak

Biasanya fungsi ini dilakukan oleh pedagang-pedagang besar yang dapat menjual hasil-hasil pertanian dalam jumlah besar. Dalam membuat kontrak ini telah ditentukan jumlah kualitas dan harga yang diinginkan oleh pembeli dalam jangka waktu tertentu.

6.2.2. Fungsi Pembelian

Bertujuan mencari tempat produsen/penjual atau sumber-sumber penawaran barang guna menjamin kontinuitas persediaan barang baik bagi konsumen maupun bagi para pedagang.

Kegiatan-kegiatan yang tercakup dalam fungsi pembelian ini dapat disarikan menjadi beberapa sub fungsi yakni :

a. Perencanaan pemilihan barang.

Dalam hal ini sebelum membeli suatu barang telah ditetapkan jenis, jumlah kualitas, dan harga dari barang yang dibeli.

b. Sub fungsi melakukan kontak.

c. Sub fungsi pengumpulan.

Terdiri dari 2 fase : C1. Pengumpulan barang dari produsen individual atau pengumpulan di daerah produsen.

C2. Fase pengumpulan di daerah konsumsi atau distribusi.

d. Sub fungsi mengadakan pembicaraan dan perundingan

e. Sub fungsi membuat kontrak.

6.2.3. Fungsi Fisik

1. Fungsi pengangkutan

Meliputi kegiatan yang ditujukan untuk menggerakkan barang dari tempat produksi ke tempat dimana barang itu dibutuhkan. Di dalamnya tercakup kegiatan seperti pemilihan alat angkut, perencanaannya dan biaya yang diperlukan untuk proses pengangkutan suatu barang.

Fungsi ini menciptakan kegunaan tempat dan kegunaan waktu. Usaha-usaha yang dapat untuk mengurangi biaya-biaya pengangkutan barang :

a. Pembukaan jaringan jalan.

b. Mengurangi fasilitas pengangkutan dengan kapasitas angkut dan jarak kepergian yang maksimum.

- c. Mengurangi pembusukan-pembusukan, kerusakan dan suutnya barang selama diperjalanan.
- d. Koseragaman tarif dan pengurangan pajak yang memberatkan pengusaha angkutan.

Berdasarkan jumlah fisik hasil-hasil pertanian dalam pergerakannya maka sistem pengangkutan dapat dibagi 3 tahap :

- a. Pengangkutan hasil dalam jumlah yang kecil dari titik produksi ke pasar-pasar desa.
- b. Pengangkutan hasil dalam jumlah besar dari pasar desa ke pasar pusat (Di daerah konsumen).
- c. Tahap pengangkutan dalam jumlah kecil dari pasar-pasar pusat ke tempat-tempat eceran.

2. Fungsi Penyimpanan.

Bertujuan memperlakukan barang secara fisik guna menjamin tersedianya barang bersangkutan pada waktu dan tempat yang dibutuhkan. Dengan penyimpanan yang baik, maka kelebihan barang yang ditawarkan dapat dihindari sehingga turunnya harga secara drastis dapat pula dihindari.

Fungsi penyimpanan meliputi 2 :

- a. Menampung dan menjaga tersedianya secara kontinu hasil-produksi yang bersifat musiman.
- b. Menjaga kelancaran pengaliran barang setiap saat.

Biaya-biaya Penyimpanan terdiri atas :

- a. Biaya tenaga kerja untuk mengurus barang-barang mulai saat disimpan sampai saat barang-barang itu akan dikeluarkan.
- b. Sewa ruangan.
- c. Bunga modal yang tertanam pada barang-barang yang disimpan
- d. Asuransi.

Resiko-resiko yang dapat dialami pada proses penyimpanan :
busuk, tercuri, terbakar, harga pasaran yang merambat dan resiko karena barang tersebut sudah ketinggalan jaman.

Hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih tempat penyimpanan :

- a. Menyimpan barang dekat daerah konsumen.
- b. Memilih lokasi dimana ada fasilitas penyimpanan yang memadai.
- c. Memilih tempat penyimpanan dimana terdapat bank atau tempat meminjam uang apabila diperlukan.
- d. Memilih tempat dimana ada fasilitas-fasilitas pengangkutan yang banyak dan strategis.
- e. Memilih tempat penyimpanan dimana tarif angkutan rendah.

Usaha-usaha untuk mengurangi biaya selama penyimpanan :

- a. Mengurangi kerusakan.
- b. Mengurangi fasilitas fisik yang digunakan untuk penyimpanan.
- c. Penganganan barang-barang dengan baik sebelum dimasukkan ke gudang.
- d. Menyimpan pada waktu yang tepat,

6.2.4. Fungsi Fasilitas

1. Fungsi Standarisasi dan Grading

Standarisasi adalah : proses penentuan standar atau ukuran mutu dengan dasar-dasar perincian seperti warna, rupa, kadar kimia, kekuatan, kematangan, kandungan air, rasa, bau, kebersihan, broken, butir hijau, butir kapur dsbnya. Standarisasi ini dimaksudkan untuk menciptakan keseragaman

suatu barang dalam pertukarannya dari suatu tempat ke-
tempat lain dan dari waktu ke waktu.

Grading adalah proses pemakaian suatu standard dengan jalan
mesortasi barang menjadi beberapa bagian/golongan.

Kegiatan yang dilakukan dalam fungsi ini meliputi :

- Penentuan Standard
- Menggrade
- Menginspeksi benda dalam mendeterminasi grade atau
kwalitas.
- Memberikan etiket sesuai dengan grade dari barang -
bertangkutan.

Kesulitan yang banyak dijumpai pada komoditi hasil pertani-
an adalah masih banyaknya komoditi yang belum memiliki stan-
dar mutu yang resmi sehingga pemberian etiket sulit dilake-
kan. Standarisasi dan grading ini mempermudah proses pertu-
karan serta menghemat biaya dan tenaga.

Produk-produk yang telah distandarisir dapat dijual dengan
cara memberi monster pada pembeli. Dalam prakteknya, stande-
risasi suatu barang lebih banyak disesuaikan dengan kebutuh-
an dan keinginan konsumen.

Dasar-dasar penentuan standar yang umum :

- a. Jumlah dan berat
- b. Ukuran dan pengukuran
- c. K w a l i t a s.

Untuk komoditi pertanian standar kualitas umumnya didae-
sarkan pada tekstur, warna, bau, kekentalan, kebersihan,
aroma, kandungan protein dan vitamin, kemasakan dan kandu-
ngan mineral.

- d. W a r n a

Kebanyakan dilakukan pada buah-buahan.

Standarisasi dan grading umumnya dikerjakan oleh para pedagang perantara. Standarisasi dan grading ini lebih meningkatkan kegunaan barang dibandingkan keadaan sebelumnya.

Meskipun kegiatan standarisasi dan grading memerlukan tambahan biaya dan tenaga, namun kegiatan ini dapat menghilangkan keraguan terhadap barang yang dibeli.

2. Fungsi penganggungan Resiko.

Fungsi ini bertujuan mempelajari segala bentuk resiko yang terjadi dan yang akan terjadi selama pengaliran barang dari produsen ke konsumen, dan berusaha agar resiko-resiko yang tidak bisa dihindari dapat diminimalkan. Dalam tata niaga hasil pertanian banyak terdapat ketidak pastian yang mengandung banyak resiko. Bagi seorang pedagang/pengusaha yang bergerak di bidang hasil pertanian adalah sangat perlu mengetahui sekur beluk kegiatan dan kegiatan dan kemungkinan resiko yang akan dialami. Atau dengan kata lain perlu melakukan forecasting.

Berdasarkan jenis penyebabnya maka resiko dibagi atas :

a. Resiko karena perubahan kondisi pasar.

Perubahan atau fluktuasi harga merupakan jenis perubahan kondisi pasar yang paling sering terjadi.

Perubahan kondisi pasar ini disebabkan antara lain :

-Faktor Waktu

Misalnya ; terjadinya perubahan harga dari waktu ke waktu akibat :

-Kelangkaan supply di pasaran.

-Keterlambatan waktu tibanya barang.

-Faktor Tempat

Terutama bila produsen/pedagang perantara tidak / kurang memperoleh informasi pasar/harga.

-Faktor Persaingan

Torutama terjadi bila produsen/pedagang perantara antara satu dengan yang lain berbeda dalam hal efisiensi produksi dan metode penjualannya.

b. Resiko karena keadaan alam.

Disebabkan oleh karena perubahan alam yang kurang/bukan dikuasai oleh manusia. Penyebabnya dapat berupa ; hujan, banjir, taupan/badai, kilat, petir, gempa bumi, panas, dingin, hama dan penyakit.

c. Resiko karena unsue manusia

Misalnya ; Kelalaian, kebakaran, kecurian dsb.

Usaha-usaha untuk mengurangi atau mengatasi resiko :

a. Usaha pencegahan.

Usaha yang ditujukan untuk menghindari timbulnya penyebab resiko.

b. Usaha pemberantasan.

Ditujukan untuk mengurangi resiko yang sedang menimpa suatu usaha baik terhadap produsen maupun terhadap pedagang.

c. Usaha memperbaiki tatakelakana.

Meliputi usaha untuk ;

- Meningkatkan kegalarahan kerja
- Mencegah "Mis Management"
- Membuat keputusan yang tepat
- Dan sebagainya.

d. Usaha penjualan yang efektif

Usaha yang ditujukan untuk menghindari atau mengurangi resiko karena kurang permintaan. Misalnya ;

- Mempertahankan/meningkatkan kualitas.
- Meningkatkan pelayanan
- Dan sebagainya.

e. Usaha meningkatkan pengetahuan akan pasar, antara lain :

- Usaha untuk memperoleh informasi pasar
- Usaha untuk mengetahui kecendrungan-kecendrungan konsumen.
- Usaha untuk mengetahui lokasi pasar yang menguntungkan.

f. Usaha melakukan tindakan secara kolektif bagi produsen/-pedagang yang bersaing, antara lain penetapan harga yang sama untuk jenis-jenis barang yang sama.

g. Usaha pengaturan dari pemerintah antara lain :

- Pemberian subsidi harga
- Penetapan pajak yang tidak memberatkan produsen, perantara dan konsumen.
- Pemberian kredit

h. Usaha membagi resiko

Terutama terhadap resiko yang sulit dihindari. Misalnya : Penggabungan dan pembelian barang.

1. Usaha mengansuransikan barang atau kekayaan.

Asuransi sebetulnya tidak menghapuskan resiko, tetapi membantu mengurangi resiko secara bersama-sama.

3. Fungsi Pembiayaan

Bertujuan untuk mencari dan mengurus dana baik yang berupa uang kontan maupun berupa kredit untuk dipakai membelanjai segala usaha yang ditujukan untuk mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Perbedaan harga di daerah produsen dan konsumen dapat dijadikan indikasi besar kecilnya biaya pengadaan barang itu bagi konsumen. Proses pengaliran barang mulai dari produsen, perantara sampai dengan konsumen terdiri dari beberapa kegiatan yang memerlukan biaya. Hal ini menyebabkan lembaga-lembaga tataniaga perlu menyediakan atau mengusahakan dana untuk membiayai kegiatannya. Bila dana yang disediakan kurang, kegiatan turut pula berkurang dan selanjutnya

suplay di pasaran berkurang.

4. Fungsi Keterangan Pasar

Kegiatannya meliputi pengumpulan fakta-fakta, pendapat pendapat dan gejala-gejala dalam penyaluran barang dari produsen ke konsumen dengan tujuan agar dari padanya dapat diambil suatu keputusan yang bermanfaat terhadap pelaksanaan kegiatan. Keterangan-keterangan dan fakta yang diambil antara lain ; laporan-laporan cuaca, keadaan harga produsen, perantara dan konsumen, laporan-laporan dan analisa-analisa serta ramalan mengenai kondisi-kondisi dunia usaha.

Secara garis besar sasaran tempat memetik informasi untuk menarik keputusan-keputusan dalam perbaikan tataniaga yakni : Produk-produk yang diperdagangkan harga-harga, pasar-pasar - (bentuk-bentuk pasar), pedagang-pedagang perantara, metode-metode penjualan, badan-badan pemerintah, perusahaan pengangkutan dsb-nya.

Sikap data, fakta-fakta dan keterangan yang telah terkumpul dievaluasi secara cermat sehingga keputusan yang diambil dapat memuaskan semua pihak. Metode yang dipakai dalam memperoleh data dapat dilakukan dengan pencatatan biasa dan dengan cara penelitian. Materi daripada analisa data yang telah dikumpulkan meliputi : analisa produk, analisa wilayah , dan analisa pembeli atau langganan.

Bagi seorang petani produsen hal yang perlu diketahui antara lain :

- Sifat permintaan produk yang dihasilkan
- Sifat produk itu sendiri

- Keuntungan bila dilakukan standarisasi dan grading.

Mengingat kondisi ekonomi petani yang pada umumnya lemah, lembaga-lembaga pelayanan dari pemerintah masih sangat peran aktifnya baik dalam materi maupun dalam volume pelayanan. Pelayanan yang dimaksudkan disini yakni pemenuhan kondisi dan kebutuhan bagi petani untuk menciptakan kondisi - tataniaga yang efisien.



VII. LEMBAGA TATANIAGA

7.1. Pendahuluan

Dalam proses pergerakan barang dan produsen ke konsumen terdapat banyak kegiatan-kegiatan yang saling bekerja sama. Kejadian tersebut antara lain ;

- Pembelian dan pengumpulan hasil-hasil pertanian
- Pengangkutan hasil ke daerah konsumen
- Mengocorkan barang
- Mencari sumber penawaran dan permintaan.

Jadi dapatlah diartikan bahwa orang, perusahaan atau lembaga yang secara langsung terlibat dalam proses pergerakan barang tersebut, disebut lembaga tataniaga seperti pedagang pengumpul, pengecer, braker, perusahaan pengangkutan dan perusahaan gudang.

7.2. Pembagian Lembaga Tataniaga

7.2.1. Berdasarkan tahap-tahap dalam proses tataniaga

Proses tataniaga meliputi proses-proses pengumpulan, pengembangan dan penyebaran. Atas dasar proses-proses ini, maka lembaga bekerja didalamnya dibedakan sebagai berikut :

a. Pedagang Pengumpul : (Local Assemblers).

Yakni pedagang yang membeli hasil-hasil pertanian dari petani produsen, kemudian dikumpulkan disatu atau beberapa tempat dijual kepada pedagang-pedagang lain.

Disebut Carlot Ricoever (dibeli berdasarkan kapasitas muat truk).

b. Pedagang Penerima dan Penyebar

Yakni pedagang yang membeli barang dalam jumlah besar dan

pedagang-pedagang pengumpul kemudian disimpan dan dijual kepada pedagang lain.

- Wholesaler distributor (pedagang besar yang membeli barang kemudian menjualnya kepada pedagang pengecer).
- Wholesaler receiver (pedagang besar yang membeli barang tapi tidak langsung menjual kepada pengecer).
- Wholesaler distributor dan Wholesaler receiver disebut jabattas.

c. Pedagang Pengecer : (retailer).

Pedagang yang langsung mengecurkan barang ke konsumen pada proses pengumpulan, pengembangan dan penyebaran dapat pula dijumpai.

d. Makelar :

Yakni perantara yang menghubungkan pembeli dan penjual kepadanya adalah mengumpulkan keterangan tentang sumber penawaran dan permintaan. Mereka sering pula disebut broker.

e. Komisioner :

Yakni perantara yang diberi kepercayaan untuk memperjual belikan suatu barang dan dari usaha itu ia mendapat komisi.

f. Pelelang :

Yakni perantara yang menyediakan tempat atau kesempatan bagi pembeli dan penjual barang untuk melakukan transaksi. Pada pelelang penentuan harga dapat diikuti secara terbuka sedangkan komisioner tertutup.

g. Paddler :

Yakni pedagang pengecer keliling.

7.2.2. Berdasarkan Pemilikan dan Penguasaan Barang.

a. Lembaga tataniaga yang memiliki dan menguasai barang.

Mis. pedagang pengumpul, p. penerima, dan penyeber, pengecer dan pedagang keliling.

b. Lembaga tataniaga yang tidak memiliki tapi menguasai barang.

Mis. makelar, komisioner, dan pelelang.

c. Lembaga tataniaga yang tidak memiliki dan tidak menguasai barang.

Mis. perusahaan pengangkutan dan perusahaan gudang.

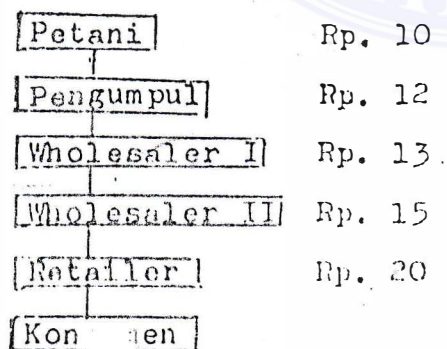
7.3. Integrasi Lembaga Tataniaga.

7.3.1. Integrasi Vertikal

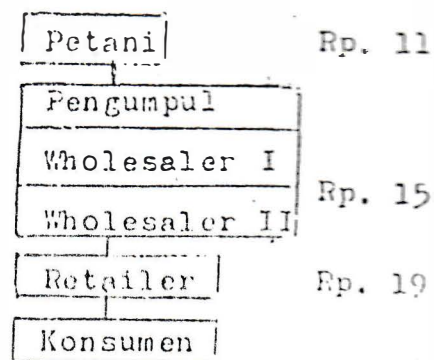
Dimaksudkan untuk mengurangi mengurangi jumlah type perantara atau jumlah lembaga yang sama secara berturut-turut dijumpai dalam pergerakan barang dalam saluran tataniaga.

Dengan cara ini saluran tataniaga dapat diperpendek sehingga harga harga penjualan dapat dinaikkan dan harga pembelian dapat diturunkan. Lembaga-lembaga petani yang tidak efisien dan tidak diperlukan dalam proses tataniaga dapat dihilangkan. Gambaran hipotetis integrasi vertikal adalah s b b :

Sebelum ada integrasi



Sesudah ada integrasi



Gambar : Saluran tataniaga sebelum dan sesudah ada integrasi vertikal (hipotetis).

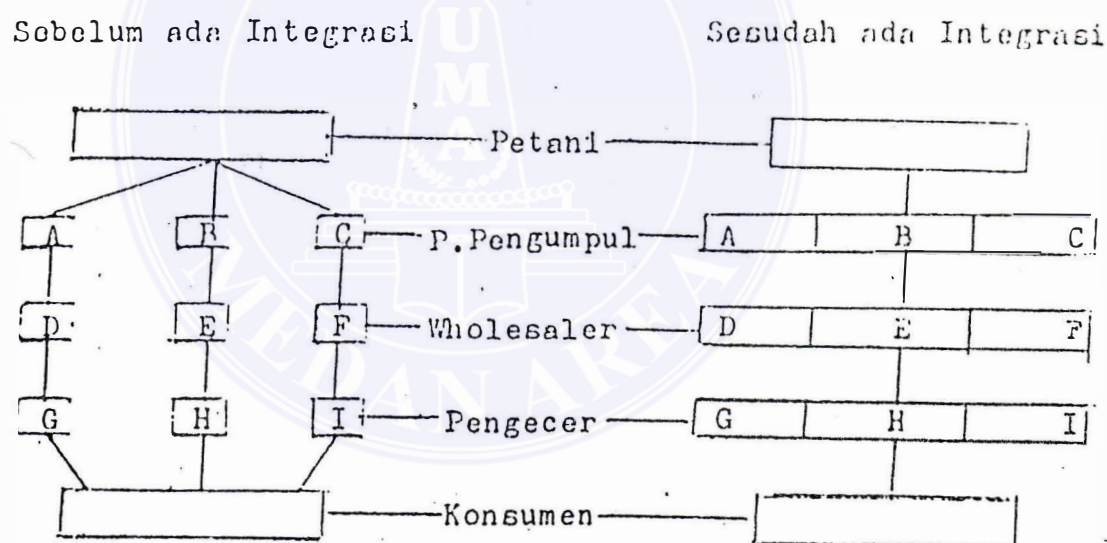
Keuntungan Integrasi Vertikal ;

- Penggunaan fasilitas produksi dan tatniaga dapat diawasi.
- Biaya pembelian, penyimpanan, pengangkutan dan penelitian dapat dihemat.

2.3.2. Integral Horizontal

Yakni proses penggabungan dari lembaga-lembaga tataniaga atau perusahaan yang mempunyai fungsi yang sama atau memperjual belikan barang-barang yang serupa. Integral itu dapat berbentuk : koperasi, , sindiket dsb.

Gambaran hipotetisnya adalah sbb :



Gambar : Saluran tataniaga sebelum dan sesudah ada integrasi horizontal.

Keuntungan dari integrasi horizontal :

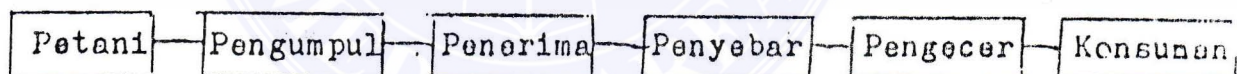
- Persaingan tidak sehat yang merugikan dapat dihilangkan.
- Biaya dalam proses pembelian dan penjualan dapat ditahan.
- Dapat dilakukan kegiatan besar-besaran.
- Metode untuk mengatasi penjualan dapat diterapkan.

7.4. Saluran Tataniaga (Marketing Channel) ;

Pergerakan barang dari produsen kekonsumen merupakan jasa dari lembaga-lembaga dari tatniaga itu yang merupakan badan-badan perantara adalah merupakan saluran-saluran arus pergerakan dari barang yang diperdagangkan jika ada lembaga tataniaga yang bekerja tidak efisien maka sudah pasti ada - pula saluran yang akan tersumbat atau merupakan hambatan da - ri penyaluran barang. Volume hasil yang berbeda antara satu daerah dengan daerah lain karena perbedaan kondisi alam atau potensi produksi dapat menyebabkan perbedaan tataniaga dae - rah yang bersangkutan.

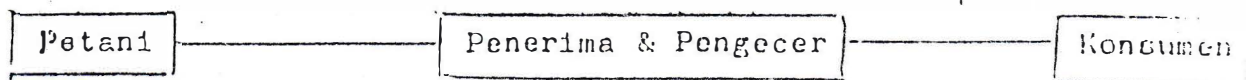
Berikut ini adalah gambaran hypotetis dari dua daerah A dan B. Daerah A berpengaliran teknis sedangkan daerah B merupakan daerah sawah tadah hujan. Saluran tatniaga yang di - gambarkan yaitu beras pada musim rendengan dan gadu.

- Musim rendengan



Gambar : Saluran tataniaga beras di daerah A dan B.

- Musim gadu



Gambar : Saluran tataniaga beras di daerah B.

Selanjutnya meskipun potensi produksi antara 2 daerah karena perbedaan tingkat teknologinya dibidang pengolahan - hasil dapat pula menyebabkan perbedaan saluran tataniaganya. Mis ; Daerah C memiliki banyak haller danrice-mill sedangkan

Kunjungi
Perpustakaan
Universitas
Medan Area
untuk
Mendapatkan
Fulltext