

ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN RISIKO DISTRIBUSI MELON (*Cucumis melo* L.) YANG DIJUAL DI PASAR TRADISIONAL

Januar Ramadhan¹, A Yoesdiarti², H Miftah³

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Djuanda Bogor
Jalan Tol Ciawi 1, Kotak Pos 35 16720

^aKorespondensi : Arti Yoesdiarti, E-mail : arti.yoesdiarti@unida.ac.id

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk menganalisis efisiensi saluran pemasaran dan risiko distribusi Melon yang dijual di pasar tradisional Kota Bogor. Penelitian dilaksanakan di Pasar Jambu Dua dan Pasar Baru Bogor, pemilihan lokasi ini dilakukan secara purposive karena kedua pasar tersebut merupakan pasar tradisional terbesar di Kota Bogor yang mendistribusikan buah dengan kuantitas terbanyak salah satunya yaitu Melon. Penentuan sampel dilakukan secara *purposive* untuk pedagang retail di pasar tradisional Kota Bogor dan *snowball sampling* untuk pelaku tataniaga yang menyuplai ke pedagang eceran. Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran yang terbentuk. Saluran I Pedagang pengumpul di Klaten dan Kulonprogo - pedagang besar Pasar Induk Kramat Jati-pedagang pengecer Pasar Tradisional Kota Bogor - konsumen akhir, saluran II Pedagang pengumpul di Grobogan - pedagang besar Pasar Induk Kramat Jati - pedagang pengecer Pasar Tradisional Kota Bogor - konsumen akhir. Nilai margin pemasaran dan *farmer's share* pada analisis efisiensi saluran pemasaran menunjukkan saluran pemasaran I dan II memiliki nilai margin total yang sama yaitu Rp10.000 dan *farmer's share* paling tinggi yaitu pada saluran pemasaran II sebesar 23,08%. Hasil analisis risiko distribusi dengan pendekatan *Enterprise Risk Management* (ERM) menunjukkan risiko paling tinggi adalah susut bobot tingkat pedagang pengumpul, rusak fisik di tingkat pedagang besar dan susut bobot di tingkat pedagang pengecer.

Kata kunci: *Melon, Risiko, Tataniaga, ERM, Mitigasi*

Abstrack

This study aims to analyze the efficiency of marketing channels and distribution risk of melons sold in traditional markets in Bogor City. The research was conducted in Jambu Dua Market and Pasar Baru Bogor, the location selection was done purposively because both markets are the largest traditional markets in Bogor City which distribute fruit with the highest quantity, one of which is Melon. Determination of the sample was carried out purposively for retail traders in the traditional market of Bogor City and snowball sampling for traders who supply retail traders. The results showed that there were two marketing channels formed. Channel I Collectors in Klaten and Kulonprogo - wholesalers of Kramat Jati Main Market - retailers of Bogor City Traditional Market - end consumers, channel II Collectors in Grobogan - wholesalers of Kramat Jati Main Market - retailers of Bogor City Traditional Market - final consumers. The value of marketing margin and farmer's share in the analysis of marketing channel efficiency shows that marketing channel I and II have the same total margin value of Rp. 10,000 and the highest farmer's share is in marketing channel II of 23.08%. The results of distribution risk analysis using the Enterprise Risk Management (ERM) approach show that the highest risk is weight loss at the level of collectors, physical damage at the wholesaler level and weight loss at the retailer level.

Keywords: Melon, Risk, Trading System, ERM, Mitigation

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bogor merupakan wilayah strategis karena lokasinya yang dekat dengan ibukota Negara Indonesia. Penduduk Kota Bogor sejumlah 1.081.089 jiwa pada tahun 2017 (Badan Pusat Statistik Kota Bogor 2017) serta berkembangnya pariwisata dan bisnis kuliner menyebabkan tingginya permintaan buah buahan. Buah memiliki peran penting dalam penyajian makanan di restoran sebagai hidangan penutup atau minuman dan es. Masyarakat menyediakan Melon di berbagai acara seperti penyambutan tamu, pernikahan, khitanan dan lain-lain sehingga distribusi Melon terus masuk ke pasar tradisional Kota Bogor.

Pemenuhan kebutuhan konsumen akan melon dipengaruhi proses pendistribusian dari petani sampai ke konsumen akhir. Tingkat efisiensi lembaga pemasaran dapat memberi dampak keberlanjutan tataniaga melon melalui besarnya tingkat pendapatan petani dan harga Melon yang harus dibayar konsumen.

Manajemen rantai pasok pertanian memiliki keunikan terkait sifat produk pertanian yang mudah rusak, variasi bentuk dan ukuran buah, serta ketergantungan proses budidaya dan iklim, menyebabkan tingginya risiko distribusi hasil pertanian. Risiko rusak fisik, risiko susut bobot, hilang dan tidak terjual perlu diperhatikan mengingat sentra produksi Melon yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia yang jaraknya cukup jauh ke Kota Bogor.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran dan risiko distribusi Melon (*Cucumis*

melo L.) yang dijual di pasar tradisional Kota Bogor serta mitigasi risikonya.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Maret – Agustus 2020 di Pasar Baru Bogor dan Pasar Jambu Dua, Kota Bogor, Jawa Barat. Pemilihan lokasi pasar dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pasar Baru Bogor dan Pasar Jambu Dua merupakan 2 pasar tradisional terluas di Kota Bogor yang telah banyak mendistribusikan buah salah satunya yaitu Me sedangkan lokasi pelaku tataniaga lainnya ditelusuri berdasarkan wawancara pelaku tataniaga sebelumnya.

2.2. Metode Pengumpulan Data dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung serta observasi di lapangan. Data sekunder berasal dari literatur seperti artikel di jurnal ilmiah, skripsi, buku, data BPS.

2.3. Metode Pengambilan Responden

Penentuan responden menggunakan metode *purposive sampling* untuk menentukan 3 pedagang pengecer di Pasar Baru Bogor dan 3 pedagang pengecer di Pasar Jambu Dua. Metode *snowball sampling* digunakan untuk menentukan responden pedagang besar sebanyak 4 orang dan pedagang pengumpul 3 orang.

2.4. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis

saluran pemasaran menggunakan analisis margin tata niaga dan *farmer's share*. Analisis risiko dilakukan dengan pendekatan *Enterprise Risk Management* (ERM).

2.5. *Farmer's Share*

Farmer's Share digunakan untuk membandingkan harga yang dibayar konsumen terhadap harga produk yang diterima petani (Kohl dan Uhl, 2002). *Farmer's Share* dihitung dengan rumus berikut :

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

F_s : *Farmer's Share* Melon di Kota Bogor (%)

P_f : Harga Melon di tingkat petani (Rp/kg)

P_r : Harga Melon di tingkat konsumen (Rp/kg)

2.6. *Marjin Tataniaga*

Efisiensi pemasaran Melon dapat diukur melalui analisis margin pemasaran. Analisis margin pemasaran menggunakan data harga di tingkat petani Melon dan di tingkat konsumen akhir. Rumus margin pemasaran yaitu (Asmarantaka, 2012):

$$M_{mt} = P_r - P_f \dots\dots\dots (2)$$

$$M_{mi} = P_{si} - P_{bi} \dots\dots\dots (3)$$

$$M_{mi} = C_i + \pi_i \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

M_{mt} : total margin pemasaran Melon (Rp)

M_{mi} : margin pemasaran Melon di lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp)

P_r : harga Melon di tingkat konsumen akhir (Rp)

P_f : harga Melon di tingkat petani (Rp)

P_{si} : harga jual Melon di setiap tingkat lembaga pemasaran (Rp)

P_{bi} : harga beli Melon di setiap tingkat lembaga pemasaran (Rp)

C_i : biaya lembaga pemasaran Melon tingkat ke-i (Rp)

π_i : keuntungan lembaga pemasaran Melon tingkat ke-i (Rp)

2.7. *Enterprise Risk Management* (ERM)

Enterprise Risk Management (ERM) adalah metode pemetaan sebuah risiko dalam menciptakan nilai efisiensi perusahaan (Destriani, 2017). Komponen-komponen yang ada dalam pendekatan ERM adalah :

a. *Identifikasi Risiko*

Fungsi identifikasi risiko adalah untuk mendukung pelaku usaha dalam meningkatkan efektivitas pengendalian risiko yang terdiri atas :

ERM 1 (*Internal Environment*) : Identifikasi lingkungan *internal* di setiap pelaku tataniaga

ERM 2 (*Objective Setting*) : Identifikasi *objective setting* didapatkan melalui penjabaran visi dan misi yang menjadi tujuan setiap pelaku tataniaga.

ERM 3 (*Event Identification*) : Identifikasi risiko yang mungkin terjadi pada tahapan tataniaga

b. *Analisis Risiko*

Analisis risiko dilakukan dengan mengukur kemungkinan terjadi dan perkiraan dampak risiko sesuai kriteria risiko.

ERM 4 (*Risk Management*) : Pembagian tahapan pengukuran berdasarkan peluang dan dampak risiko dengan indikator yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Indikator Probabilitas Risiko Distribusi Melon

Skala	Skala Probabilitas	Keterangan	Kejadian dalam setahun
1	Sangat Rendah (<i>Improrable</i>)	Hampir tidak mungkin terjadi	<5 kali
2	Rendah (<i>Remote</i>)	Kadang terjadi	5 -10 kali
3	Sedang (<i>Occasional</i>)	Mungkin terjadi	11 – 20 kali
4	Tinggi (<i>Probable</i>)	Sangat mungkin terjadi	20 – 30 kali
5	Sangat Tinggi (<i>Frequent</i>)	Hampir pasti terjadi	>30 kali

Sumber : (Godfrey, 1996)

Pelaku tataniaga yang terlibat diwawancara untuk mengetahui risiko yang mungkin terjadi, kemudian mencari nilai setiap risiko dengan mengalikan probabilitas dengan dampak risiko (Godfrey, 1996).

Dimana :

R : Tingkat Risiko

P : Kemungkinan risiko terjadi

I : Dampak risiko yang mungkin terjadi

Selanjutnya dilakukan pemetaan terhadap nilai yang diperoleh.

$$R = P \times I \dots\dots\dots (5)$$

Tabel 2 Peta Risiko

	Sangat Tinggi 5	Tinggi 4	Sedang 3	Rendah 2	Sangat Rendah 1
Sangat Tinggi 5	25 <i>UnAcceptable</i>	20 <i>UnAcceptable</i>	15 <i>UnAcceptable</i>	10 <i>UnAcceptable</i>	5 <i>UnAcceptable</i>
Tinggi 4	20 <i>UnAcceptable</i>	16 <i>UnAcceptable</i>	12 <i>Undesirable</i>	8 <i>Undesirable</i>	4 <i>Undesirable</i>
Sedang 3	15 <i>Undesirable</i>	12 <i>Undesirable</i>	9 <i>Undesirable</i>	6 <i>Undesirable</i>	3 <i>Undesirable</i>
Rendah 2	10 <i>Undesirable</i>	8 <i>Undesirable</i>	6 <i>Undesirable</i>	4 <i>Acceptable</i>	1 <i>Negligible</i>
Sangat Rendah 1	5 <i>Undesirable</i>	4 <i>Acceptable</i>	3 <i>Acceptable</i>	2 <i>Negligible</i>	1 <i>Negligible</i>

Sumber : (Godfrey, 1996)

c. Evaluasi Risiko

Evaluasi risiko yang telah diidentifikasi lalu dianalisis untuk memastikan tindakan mitigasi dalam pengelolaan risiko.

ERM 5 (Risk Response) : Pembagian tipe respon seperti respon menerima (*accept*), mengurangi (*reduce*), mencegah (*prevent*), dan berbagi (*transfer*).

ERM 6 (Control Activities) : Aktivitas pengendalian merupakan tindakan mitigasi risiko.

ERM 7 (Information and Communication) : Alur penyampaian informasi dan komunikasi pada pihak yang terkait dalam proses pembiayaan dan operasional.

ERM 8 (Monitoring) : Pengawasan yang dianalisis secara deskriptif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Jumlah penduduk Kota Bogor pada tahun 2017 diperkirakan sebanyak 1.081.009 jiwa. Banyaknya jumlah penduduk dan wisatawan Kota Bogor meningkatkan permintaan barang dan jasa. Masyarakat Kota Bogor masih menjadikan pasar tradisional untuk mencari kebutuhan sehari-hari termasuk buah-buahan. Pasar yang dikelola PD Pasar Pakuan Jaya terdiri dari 13 pasar.

Pasar Baru Bogor adalah pasar tertua dan lokasinya sangat strategis, yaitu di pusat Kota Bogor, dengan luas tanah 7.367 m² dan luas bangunan 29.436 m². Pasar Baru Bogor menyediakan kebutuhan harian seperti bahan sembako, sayur dan buah-buahan, kuliner, jasa, *fashion*, ATK, dan mainan anak. Salah satu buah yang permintaannya tinggi yaitu Melon. Permintaan Melon berasal dari restoran/katering, rumah sakit, hotel dan rumah tangga.

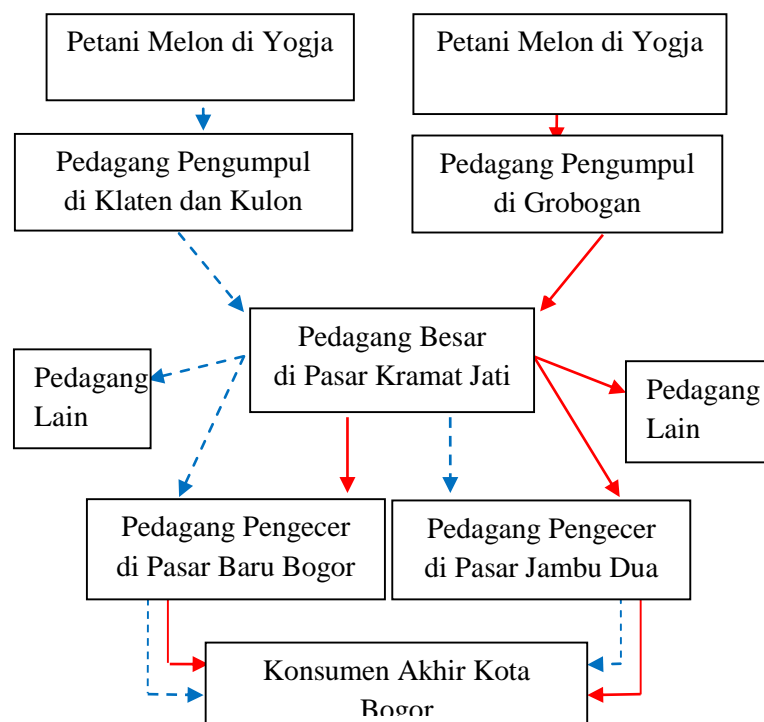
Lokasi Pasar Jambu Dua terletak di Kecamatan Tanah Sereal dengan luas lahan 6.124 m² dan luas bangunan 3.844 m². Pasar Jambu Dua merupakan pasar terbesar kedua yang menjual sayur-mayur dan buahan setelah Pasar Baru Bogor. Jenis barang yang diperjualbelikan di Pasar Jambu Dua lebih sedikit dibanding Pasar Baru Bogor. Melon merupakan buah yang banyak dicari di Pasar Jambu Dua.

3.2. Analisis Efisiensi Pemasaran

Saluran pemasaran Melon yang dijual di pasar tradisional Kota Bogor pada responden yang

diwawancara dapat dilihat pada Gambar 1.

Saluran pemasaran Melon di pasar tradisional Kota Bogor terbagi II. Pada saluran pemasaran I, pedagang pengumpul di Klaten mengambil Melon dari petani di daerah Kecamatan Wonosari sementara pedagang pengumpul di Kulon Progo mengambil Melon dari petani di Kecamatan Wates. Pada saluran pemasaran II, pedagang pengumpul di Grobogan mengambil Melon dari petani di Kelurahan Grobogan. Keduanya mengirim melon ke Pasar Induk Kramat Jati. Pedagang pengecer Pasar Tradisional di kota Bogor membeli ke pasar induk Kramat Jati untuk dijual ke konsumen.



Gambar 1 Saluran Pemasaran Melon di Pasar Tradisional Kota Bogor

Keterangan :

1. ----- : Saluran Pemasaran I
2. ----- : Saluran Pemasaran II

3.3. Margin Pemasaran dan *Farmer's Share*

Margin pemasaran didapatkan setelah proses perhitungan sewa lapak, listrik, bongkar muat, tenaga kerja, transportasi, sewa kios/lapak, keamanan dan kebersihan. Margin tataniaga dan *Farmer's Share* Melon dapat dilihat pada Tabel 3.

Saluran Pemasaran I dan II memiliki nilai total margin yang sama yaitu Rp 10.000. Persamaan total margin di kedua saluran disebabkan

oleh nilai jual yang hampir sama pada setiap pelaku tataniaga. Margin pada saluran I dan II pada setiap pelaku tataniaga berbeda, meskipun saluran pemasaran I dan II mempunyai margin total yang sama. Saluran pemasaran II memiliki *farmer's share* paling tinggi (23,08%). Nilai jual yang diterima oleh petani pada saluran pemasaran II lebih besar dari saluran pemasaran I.

Tabel 3 Margin Tataniaga dan *Farmer's Share* Distribusi Melon

No	Lembaga Pemasaran	Saluran I	Saluran II
1.	Petani		
	Harga Jual	2.000	3.000
2.	Pedagang Pengumpul		
	Harga Beli	2.000	3.000
	Biaya Pemasaran	441,67	210,26
	Harga Jual	4.000	4.000
	Keuntungan	1.558,33	789,74
	Margin	2.000	1.000
3.	Pedagang Besar		
	Harga Beli	4.000	4.000
	Biaya Pemasaran	355,25	153,42
	Harga Jual	6.500	7.000
	Keuntungan	2.144,75	2.846,58
	Margin	2.500	3.000
4.	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	6.500	7.000
	Biaya Pemasaran	963,70	963,70
	Harga Jual	12.000	13.000
	Keuntungan	4.536,30	5.036,30
	Margin	5.500	6.000
5.	Margin Total	10.000	10.000
6.	Keuntungan Total	8.239,38	8.672,62
7.	Farmers Share %	16,67	23,08

Sumber : Data Primer, 2020 (diolah)

3.4. Analisis Risiko Distribusi Melon

ERM 1 : *Internal Environment*

Pasar Baru Bogor dan Pasar Jambu Dua merupakan pasar terluas yang menjual sayuran dan buah-buahan, terutama melon. Pasar

kramat jati adalah salah satu pasar induk terbesar di Jakarta yang menjual buah dan sayuran. Pelaku tataniaga melon di pasar kramatjati cukup banyak, sekitar 15 kios besar. Beberapa kios dimiliki oleh pedagang yang sama.

ERM 2 : *Objective Setting*

Seluruh responden menginginkan usaha dengan keuntungan yang sesuai dan berkelanjutan.

ERM 3 : *Event Identivication* (Identifikasi Risiko)

Proses yang dianalisis terkait dengan kegiatan sortir/grading, distribusi/transportasi, bongkar muat, penyimpanan sampai penjualan. Jenis risiko teridentifikasi yaitu susut bobot, rusak fisik, tidak terjual dan hilang.

ERM 4 : *Risk Assesment* (Pengukuran dan Pemetaan Risiko)

Hasil wawancara dengan responden menunjukkan tidak ada risiko yang berada pada posisi *unacceptable*, tiga risiko dalam posisi *Undesirable*, sepuluh risiko di posisi *Acceptable* dan mayoritas di posisi *Negligible*. Peta risiko distribusi Melon di pasar tradisional Kota Bogor tertera pada Gambar 2

		Dampak				
		5	4	3	2	1
R I S I K O	5					
	4				b.b1, b.a6	
	3				a.a1	b.a1
	2				a.b1, a.b2, a.b6, a.d2, a.d3, a.d4, b.b2, b.c6, c.b6	a.a3, a.a4, a.c6, c.a1, c.a2, c.a3, c.a4, c.a5, c.b1, c.b2, c.c6
	1				a.a5, a.b3, b.b6, b.d2	a.a2, a.a6, a.b4, a.b5, a.d1, a.d5, a.d6, b.a2, b.a3, b.a4, b.a5, b.b3, b.b4, b.b5, b.d1, b.d3, b.d4, b.d5, b.d6, c.b3, c.b4, c.b5, c.d1, c.d2, c.d3, c.d4, c.d5, c.d6

Gambar 2. Peta Risiko Distribusi Melon

Keterangan :

- UnAcceptable* :Tinggi
- Undesirable* : Sedang
- Acceptable* : Rendah
- Negligible* : Sangat

Rendah

1) *Undesirable*

Undesirable, yaitu jenis risiko yang harus diwaspadai karena melewati batasan normal dan mempengaruhi aktivitas tataniaga. Risiko tingkat *Undesirable* yaitu susut bobot saat transportasi penjualan pada pedagang pengumpul (a.a1) Risiko susut bobot saat penjualan (b.a6) dan risiko rusak fisik saat transportasi penjualan (b.b1) di pedagang besar.

2) *Acceptable*

Acceptable merupakan risiko yang masih dapat diterima. Risiko *Acceptable* pada pedagang pengumpul yaitu susut bobot saat sortasi (a.a3) dan saat *packing* (a.a5), rusak fisik pada proses transportasi (a.b1), rusak fisik saat bongkar muat (a.b2), rusak fisik saat proses penyimpanan penjualan (a.b6), kehilangan saat bongkar muat (a.d2), kehilangan saat proses sortasi (a.d3) dan kehilangan saat proses *grading* (a.d4). Risiko *Acceptable* di tingkat pedagang besar yaitu susut bobot saat proses transportasi pembelian (b.a1), rusak fisik saat bongkar muat (b.b2), dan risiko tidak terjual saat proses penyimpanan penjualan (b.c6). Risiko *Acceptable* pada

tingkat pedagang pengecer yaitu rusak fisik saat bongkar muat (c.b2) dan penyimpanan penjualan (c.b6).

3) *Negligible*

Negligible merupakan tingkat risiko yang dampaknya yang relatif kecil dan kejadiannya jarang. Risiko *negligible* pada tingkat pedagang pengumpul adalah susut bobot saat bongkar muat (a.a2), susut bobot saat *packing* (a.a5) dan susut bobot saat penyimpanan penjualan (a.a6). rusak fisik saat sortasi (a.b3), *packing* (a.b4) dan *grading* (a.b5). Hilang saat transportasi penjualan (a.d1), *packing* (a.d5) dan penyimpanan penjualan (a.d6).

Pada pedagang besar risiko yang termasuk *negligible* adalah susut bobot saat bongkar muat (b.a2), susut bobot saat sortasi (b.a3), susut bobot saat *grading* (b.a4), dan susut bobot saat *packing* (b.a5). rusak fisik saat sortasi (b.b3), rusak fisik saat *grading* (b.b4), dan rusak fisik saat *packing* (b.b5). Hilang saat transportasi penjualan (b.d1), hilang saat bongkar muat (b.d2), sortasi (b.d3), *grading* (b.d4), *packing* (b.d5) dan saat penyimpanan penjualan.

Risiko *negligible* pada pedagang pengecer adalah susut bobot saat transportasi pembelian (c.a1), susut bobot saat bongkar muat (c.a2), sortasi (c.a3), *grading* (c.a4), *packing* (c.a5). Rusak fisik saat transportasi pembelian (c.b1), sortasi (c.b3), *grading* (c.b4), *packing* (c.b5). Tidak terjual saat penyimpanan penjualan (c.c6). Hilang saat transportasi penjualan (c.d1), saat bongkar muat (c.d2), sortasi (c.d3), *grading* (c.d4), *packing* (c.d5) dan penyimpanan saat penjualan (c.d6).

ERM 5 : Risk Response (Tindakan Mitigasi Risiko)

Risk Response terdiri dari 4 jenis yaitu, (1) respon menerima (*accept*), (2) mengurangi (*reduce*), (3) mencegah (*prevent*), dan (4) berbagi (*transfer*). Respon terhadap risiko distribusi pada setiap pelaku tataniaga di pasar tradisional Kota Bogor adalah sebagai berikut :

1. Pedagang Pengumpul

Mitigasi yang dilakukan untuk mengurangi risiko susut bobot saat pengiriman (a.a1) adalah melapisi alas dengan menggunakan jerami dan menutup muatan menggunakan terpal. Mitigasi terhadap risiko susut bobot pada saat proses pengiriman (a.a1) perlu memperhitungkan proses waktu pengiriman agar terjaga paparan sinar matahari. Proses waktu panen bisa dilakukan lebih awal agar hasil panen dibawa secepat mungkin dan meminta petani tidak memotong habis tangkai buah untuk menekan laju respirasi buah.

Rusak fisik merupakan risiko sangat rendah karena penggunaan jerami saat pengiriman. Kerusakan fisik pada proses bongkar muat (a.b2) perlu ditambahkan pengawasan karena proses bongkar muat yang dilakukan pekerja dari UD masuk pada klasifikasi sedang.

Tidak terjual saat proses penyimpanan penjualan (a.c6) masuk pada klasifikasi risiko sedang dan pedagang pengumpul tidak melakukan mitigasi. Risiko tidak terjual bisa diatasi jika pelaksanaan *grading* dan sortasi segera dilakukan saat pertama Melon datang. Pemisahan stok lama Melon dengan Melon segar perlu diterapkan agar Melon lama bisa dijual terlebih dahulu.

Kehilangan selama proses penyimpanan (a.d2) jarang sekali terjadi, hanya 1 atau 2 buah, biasanya diambil oleh anak-anak kecil dan dibiarkan begitu saja.

2. Pedagang Besar di Pasar Induk Kramat Jati

Risiko susut bobot proses pengiriman (b.a1) dimitigasi dengan perhitungan waktu perjalanan perlu diperhatikan agar tidak terjadi keterlambatan, pengiriman malam hari dan penggunaan terpal untuk penutup. Rusak Fisik menunjukkan klasifikasi risiko sedang. Kerusakan fisik bisa jadi bukan pada proses pengiriman tetapi kurang bagus nya produk. Risiko rendah karena perhitungan biaya yang dibayarkan pedagang besar sesuai dengan produk baik yang dikirimkan oleh pedagang pengumpul. Tindakan mitigasi yang dilakukan yaitu metode jerami pada saat proses pengiriman (b.b1). Kerusakan fisik pada proses bongkar muat (b.b2) perlu ditambahkan pengawasan karena proses bongkar muat masuk pada klasifikasi rendah.

Proses penyimpanan di Pasar Induk Kramat Jati (bc6) termasuk risiko rendah. Risiko tidak terjual bisa diatasi dengan *Grading* dan sortasi saat pertama Melon datang, dan pemisahan stok Melon lama agar sisa Melon lama bisa dijual terlebih dahulu. Kehilangan selama proses penyimpanan sangat jarang terjadi dan dibiarkan begitu saja.

3. Pedagang Pengecer Pasar Tradisional Kota Bogor

Risiko susut bobot yang terjadi dari segi transportasi pembelian, bongkar muat sortasi,

Grading dan *Packing* terklasifikasi menjadi golongan risiko yang sangat rendah. Risiko yang tergolong sedang pada susut bobot terjadi saat proses penyimpanan, namun tindakan mitigasinya berupa pengurangan pembelian saat waktu pembelian berikutnya agar stok lama dapat dijual terlebih dahulu.

Rusak fisik pada transportasi pembelian, sortasi *Grading* dan *Packing* sangat jarang terjadi. Tindakan mitigasi yang dilakukan saat pembelian di pasar induk yaitu metode jerami dan penutupan terpal. Kerusakan fisik yang menjadi klasifikasi risiko sedang yaitu ada pada proses bongkar muat dan mitigasinya dengan pengawasan pada pekerja serabut bongkar muat. Tidak terjual masuk pada klasifikasi risiko rendah. Risiko tidak terjual bisa diatasi jika pelaksanaan *Grading* dan sortasi segera dilakukan saat Melon datang agar dapat menjual melon lama terlebih dahulu. Risiko kehilangan masuk pada risiko sangat rendah dan ada pengamanan oleh pihak PD Pasar dan Organisasi Masyarakat sekitar.

ERM 6 : Control Activities

Kegiatan pengendalian yang dilakukan merupakan usaha meminimalkan sebuah dampak dari risiko maupun risiko yang masih dalam prediksi, seperti dampak kerugian. Kegiatan pengendalian berfungsi untuk menjamin efektivitas respon atas respon yang terjadi. Bentuk pengendalian yang paling mudah untuk diterapkan yaitu melakukan pencatatan hasil usaha dimulai dari biaya-biaya, kerugian dan keuntungan secara rinci agar setiap pelaku tataniaga dapat

menganalisis sebuah risiko yang mungkin saja terjadi.

ERM 7 : *Information and Communication*

Komunikasi dan informasi yang baik adalah hubungan antar pelaku tataniaga yang saling memberikan informasi yang relevan seperti informasi harga, kualitas barang, jumlah pasokan dan risiko distribusi untuk mendukung penerapan tindakan pencegahan yang tepat bagi setiap pelaku tataniaga yang memungkinkan mengalami risiko. Penerapan hubungan yang baik antar pelaku tataniaga bisa berupa pertemuan atau teknologi komunikasi.

ERM 8 : *Monitoring*

Kegiatan pemantauan bisa dilakukan oleh pihak yang dianggap baik dalam bidang yang tengah diawasi, setiap pelaku tataniaga perlu diberikan pengawasan khusus seperti saat mulai pengangkutan, bongkar muat, sortasi, *Grading* dan lainnya. Kegiatan monitoring bisa membantu pencegah berbagai macam risiko yang akan terjadi.

IV. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Saluran tataniaga Melon teridentifikasi memiliki dua saluran. Saluran I terdiri dari Pedagang pengumpul di Klaten dan Kulonprogo – pedagang besar Pasar Induk Kramat Jati – pedagang pengecer Pasar Tradisional Kota Bogor – konsumen akhir. Saluran II yaitu Pedagang pengumpul di Grobogan – pedagang besar Pasar Induk Kramat Jati – pedagang

pengecer Pasar Tradisional Kota Bogor – konsumen akhir

2. Marjin pada kedua saluran adalah sama, yaitu Rp 10.000. *Farmer's Share* terkecil terdapat pada saluran pemasaran I yaitu 16,67 % dan *Farmer's Share* terbesar pada saluran pemasaran II yaitu 23,08 %.
3. Risiko distribusi paling besar adalah risiko yang masuk ke dalam tingkatan *Undesirable yaitu* : Pada tingkat pedagang pengumpul yaitu di proses susut bobot saat transportasi penjualan (a.a1) di pedagang pengumpul, susut bobot saat penjualan (b.a6) dan rusak fisik saat transportasi penjualan di pedagang besar (b.b1).

4.2. Implikasi Kebijakan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh saran sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran I bisa menjadi alternatif yang baik bagi pelaku usaha tataniaga Melon, karena meskipun memiliki marjin total yang sama pada kedua saluran pemasaran, saluran pemasaran I memiliki nilai *Farmer's Share* yang lebih tinggi.
2. Tindakan mitigasi risiko pada proses transportasi dari pihak pedagang pengumpul ke pedagang besar perlu penambahan jerami yang lebih dari biasanya. Penurunan susut bobot dapat dikurangi dengan meminta petani agar tidak memotong tangkai buah sampai habis untuk menekan laju respirasi buah. Tidak terjual di tingkat pedagang besar meskipun tidak terlalu tinggi risikonya namun perlu dilakukan pencegahan seperti membaca

kondisi pasar, bila permintaan sedang sedikit maka pedagang besar bisa membeli barang lebih sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, S. 2019. Analisis Saluran Pemasaran dan Risiko Distribusi Tomat di Pasar Tradisional Kota Bogor (Pendekatan *Enterprise Risk Management*). Fakultas Pertanian Universitas Djuanda. Bogor
- Andini. 2011. Manajemen Rantai Pasok Buah Lokal ke Ritel Modern dengan Pendekatan Relationship Marketing (Studi Kasus pada Distributor CV Kujang Jaya). Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Asmarantaka RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor (ID): Depatemen Agribisnis FEM IPB.
- Badan Pusat Statistik. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. 2017.
- Destriani A. 2017. Analisis Risiko Usaha Sayuran Organik di *Farm Organic* Tenjolaya Bogor dengan Pendekatan *Enterprise Risk Management*. [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor. Diakses 20 Agustus. 2020.
- Firdaus M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Yustianti F, editor. Jakarta (ID): PT Bumi Aksara.
- Godfrey PS. 1996. Control of risk: A guide to the systematic management of risk from construction. <https://cstn.files.wordpress.com/2009/11/control-of-risk-a-guide-to-the-systematic-management-of-risk-from-construction1.pdf>. Diakses 10 Agustus 2020.
- Hanafi. 2016. Manajemen Risiko, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Hanafiah dan Saefudin. 1993. *Tataniaga Hasil Pertanian*. UI-Pres. Jakarta.
- Kohl RL, Uhl JN. 2002. *Marketing of Agricultural Product Nineth Edition*. New Jersey (UD): Prentice-Hall Inch
- Kota Bogor Dalam Angka. *Bogor in Figures 2017*. Badan Pusat Statistik Kota Bogor.
- Pasar Pakuan Jaya. *Profil PD Pasar Pakuan Jaya Bogor*
- Suharjito. 2011. Pemodelan Optimasi Mitigasi Risiko Rantai Pasok Produk/Lomoditas Jagung. *Jurnal Agritech* 31(3):215–227.