

Saluran Pemasaran Kedelai Di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro

Muhamad Asa Yogie Luthfi¹, Endang Siti Rahayu², Sugiarti Mulya Handayani³

¹ Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

^{2,3} Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jl. Ir. Sutami no 36 Ketingan Surakarta

Abstrak: This study examines the marketing channels related to soybeans in Sumberrejo District, Bojonegoro Regency. The purpose of this study was to describe the marketing channels of soybeans in Sumberrejo District, Bojonegoro Regency. Sumberrejo district is a soybean plant Center in Bojonegoro Regency. Research methods using surveys, interviews and observations. Data analysis used in this study is a qualitative descriptive analysis. Qualitative analysis was used to describe soybean marketing channels. The conclusion of the results of research conducted in the District Sumberrejo Bojonegoro Regency is as follows : There are 3 types of channels, namely: 1) farmers – middlemen – traders collectors – wholesalers – Processing Industry, 2) Farmers – Processing Industry, 3) farmers – traders collectors – processing industry. Of the 3 types of marketing channels, most farmers use the number 1 marketing channel, namely farmers-middlemen – collectors - wholesalers – processing industry

Keywords: Marketing Analysis, Soybean, Marketing Channel

Abstrak: Penelitian ini mengkaji terkait saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro. Kecamatan Sumberrejo merupakan sentra tanaman kedelai di Kabupaten Bojonegoro. Metode penelitian menggunakan survey, wawancara dan observasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran kedelai. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro adalah sebagai berikut : terdapat 3 jenis saluran yaitu : 1) Petani – Tengkulak – Pedagang pengepul – Pedagang Besar – Industri Pengolahan, 2) Petani – Industri Pengolahan, 3) Petani – Pedagang Pengepul – Industri Pengolahan. Dari 3 jenis saluran pemasaran paling banyak petani menggunakan saluran pemasaran nomer 1 yaitu Petani – Tengkulak – Pedagang pengepul – Pedagang Besar – Industri Pengolahan

Kata Kunci : Kedelai, Analisis Pemasaran, Saluran Pemasaran

1. PENDAHULUAN

Sebagai negara agraris, Indonesia menghasilkan berbagai macam produk pertanian yang memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan dalam sektor komersial, mulai dari produk pertanian segar hingga produk pertanian olahan yang semuanya mempunyai nilai ekonomi tinggi. Banyak usaha pertanian yang menanam berbagai hasil pertanian, salah satunya pertanian pangan seperti padi, kedelai, jagung, dan gandum, sebagai suatu usaha yang mempunyai prospek usaha yang cukup tinggi. Salah satu bahan pangan yang banyak ditanam oleh petani Indonesia adalah kedelai. Banyaknya keunggulan dan manfaat yang diperoleh dari tingginya nilai ekonomi kedelai membuat para petani di berbagai daerah tertarik membudidayakannya untuk meraup keuntungan tinggi dari potensi komersial kedelai.

Sebagai sektor perekonomian penting di Indonesia, pertanian mempunyai peranan strategis dalam menyediakan pangan, menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi di pedesaan. Kabupaten Bojonegoro, salah satu daerah pertanian di Jawa Timur, mempunyai potensi pertanian yang besar, namun seringkali menghadapi tantangan seperti rendahnya produktivitas, minimnya pengetahuan mengenai pertanian modern, dan rendahnya taraf hidup petani. Sektor pertanian menjadi salah satu pilar yang terus diandalkan oleh masyarakat Indonesia, karena mampu mengatasi krisis pangan yang sering terjadi di negeri ini. Fakta ini menunjukkan bahwa pertanian tidak hanya menjadi sektor yang diandalkan, namun juga mempunyai potensi besar dalam

mendukung pemulihan perekonomian negara, khususnya dalam konteks ketahanan pangan nasional. Kehadiran ketahanan pangan sangatlah krusial bagi Indonesia karena pangan memiliki status sebagai kebutuhan primer yang tidak dapat diabaikan (Suratha, 2014). Dalam konteks ini, pertanian memegang peran sentral dalam memenuhi kebutuhan pangan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Secara umum, pertanian dapat didefinisikan dalam empat komponen yang berhubungan erat: proses produksi, pelaku pertanian atau individu yang terlibat dalam usaha pertanian, penggunaan lahan pertanian, serta berbagai kegiatan yang terkait dengan usaha pertanian (Soetrisno, 2006).

Kedelai adalah salah satu dari komoditas kacang-kacangan yang menjadi unggulan bagi Masyarakat. Kedelai juga sebagai tanaman penambah penghasilan bagi sebagian masyarakat Kabupaten Bojonegoro. Produksi kedelai yang ada di Kabupaten Bojonegoro pada tahun 2018 mencapai 19.208 ton urutan ketiga terbesar di Provinsi Jawa Timur setelah Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Sumenep (BPS, 2018).

Tabel 1. Produksi kedelai di Provinsi Jawa Timur (ton) 2018

Kabupaten	Jumlah
Banyuwangi	27.813
Sumenep	19.609
Bojonegoro	19.208
Sampang	18.751
Lamongan	17.639

Sumber: BPS 2018

Kecamatan Sumberrejo menjadi salah satu sentra produksi kedelai terbesar di Kabupaten Bojonegoro, dengan jumlah penduduk terbesar dan mayoritas masyarakatnya menanam kedelai sehingga tingkat produktivitas kedelai tinggi. Namun keberhasilan pertanian tidak hanya saat menanam kedelai menentukan tingkat produksi yang tinggi, namun kedelai yang dihasilkan sangat ditentukan juga dari sudut pandang pemasaran produk. Karena peningkatan produksi kedelai tidaklah efektif meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan kepada petani dan masyarakat jika tidak memberikan kompensasi sistem pasar. Pemasaran kedelai mempunyai dampak terhadap pendapatan petani karena berkaitan tingkat harga petani. komoditas kedelai sebagai salah satu produk pertanian dianggap masih kurang efisien jika dilihat dari keuntungan yang didapat oleh petani dan lembaga pemasaran. Hal ini bisa dilihat dari rendahnya harga jual kedelai pada tingkat produsen terutama pada petani skala kecil. Justru harga relatif mahal harus dibayarkan oleh konsumen akhir (Rahim et al, 2020).

1.1. Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro.

Kegunaan penelitian ini adalah (1): Bagi pemerintah dapat digunakan sebagai informasi tentang apa saja kebutuhan petani kedelai; (2) bagi peneliti dapat dijadikan sebagai referensi dan sumber ilmu pengetahuan; (3) bagi petani sebagai informasi dalam rangka menyalurkan hasil usaha taninya untuk mendapatkan keuntungan dengan cara yang efisien.

2. METODE PENELITIAN

Adapun dalam penentuan lokasi penelitian menggunakan purposive sampling atau dengan di sengaja yaitu Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari dan Februari tahun 2024.

2.1. Metode Pengambilan Sampel

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Untuk sampel petani digunakan pendapat Arikunto (2006) yang menyatakan bahwa sebagai acuan- acuan, jika peneliti mempunyai beberapa ratus subyek dalam populasi, mereka dapat menentukan kurang lebih 25% - 30% atau 10%- 15% dari jumlah subjek tersebut. Jika jumlah anggota subyek dalam populasi hanya meliputi antara 100 hingga 150 orang dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket/kuesioner, sebaiknya subyek sejumlah itu diambil seluruhnya.

Berdasarkan pendapat Arikunto (2006) di atas, peneliti mengambil sampel petani kedelai yang berjumlah $203 \times 15\% = 30,45$ dibulatkan menjadi 30 responden. Pengumpulan data dilakukan pada 3 desa yaitu dengan memilih Desa Deru, Desa Pekuwon dan Desa Ngampal.

Untuk menentukan sampel petani dilakukan dengan teknik pemilihan sampel secara acak sederhana (Simple Random Sampling). Hal ini bertujuan agar jumlah sampel tersebut dapat mewakili populasi petani kedelai di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro.

Untuk Lembaga pertanian yang terlibat pengambilan sampelnya menggunakan snowball sampling. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiono (2011) bahwa snowball sampling adalah teknik pengumpulan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

2.2. Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan metode survey melalui observasi dan wawancara langsung dengan petani dan pedagang kedelai serta menggunakan studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian. Metode survey merupakan metode formal untuk memperoleh informasi yang sama atau sejenis dari berbagai kelompok atau orang yang terutama ditempuh dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Nazir, M. 2005).

1. Observasi yaitu melakukan kunjungan dan melakukan pengamatan langsung kepada petani dan pedagang kedelai Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro.

2. Wawancara yaitu memberikan beberapa pertanyaan dengan menggunakan bantuan kuesioner kepada para petani dan pedagang kedelai di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro.

2.3. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Untuk menjawab permasalahan yaitu saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro dengan cara wawancara mulai dari petani hingga ke para pedagang tengkulak, pedagang pengepul serta pedagang besar. Dari hasil penelusuran tersebut kemudian digolongkan ke dalam beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan pola yang terbentuk.

2.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Saluran pemasaran merupakan rangkaian jual beli yang terkait dan terlibat didalam proses pengolahan produk atau jasa yang siap digunakan dan dikonsumsi.
2. Lembaga pemasaran adalah orang atau perusahaan serta lembaga yang secara langsung dan aktif terlibat dalam jual beli kedelai dari produsen sampai konsumen industri.
3. Petani kedelai adalah seseorang yang menanam dan mengusahakan kedelai kemudian menjual hasil panennya.
4. Tengkulak adalah pedagang perantara yang membeli hasil panen langsung dari petani kemudian menjualnya kepada pedagang pengepul
5. Pedagang pengepul adalah pedagang yang membeli dan mengumpulkan hasil kedelai dari para tengkulak kemudian menjualnya kepada pedagang besar.
6. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli kedelai dalam jumlah yang besar baik dari pedagang pengumpul atau langsung dari petani.
7. Industri pengolahan adalah sebuah pabrik atau pengrajin yang mengolah kedelai menjadi olahan matang seperti tahu, tempe dan sebagainya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Petani Responden

Dari hasil penggalian data, didapatkan beberapa informasi mengenai data petani kedelai atau responden meliputi usia, tingkat pendidikan, pengalaman dalam menjalini usahatani, beban keluarga responden.

Usia, dari hasil penelitian yang dilakukan kepada responden dapat dilihat kisaran umur petani responden 30-65 tahun. Dengan kata lain dapat diketahui bahwa petani masih tergolong didalam usia

yang sangat produktif, dimana dalam usia tersebut petani masih bisa untuk bekerja agar kebutuhan perekonomian keluarga dapat terpenuhi. Kondisi fisik yang dimiliki juga masih memiliki kemampuan yang masih bagus dan dapat digunakan untuk menerima respon dengan baik dalam upaya menerima hal-hal baru yang berguna sebagai perubahan dan yang sebelumnya belum diketahui sebagai perbaikan agar usahatani yang dijalankan dapat maksimal. Selain itu, di usia yang masih tergolong produktif ini petani masih aktif untuk melakukan kegiatan lain selain usahatani. Hal ini bisa dilihat sebagian petani responden usaha yang dilakukannya ada terdapat usaha sampingan lainnya.

Tingkat Pendidikan. Tingkat Pendidikan terakhir petani responden kedelai di Kecamatan Sumberrejo diketahui bahwa mayoritas pendidikan terakhir adalah SD/ sederajat sebesar 53%, pendidikan SLTP/ sederajat sebesar 27% dan pendidikan SLTA/ sederajat yaitu sebesar 20%

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Petani Responden

Tingkat pendidikan	Jumlah	Presentase
SD Sederajat	16	53%
SMP/SLTP	8	27%
SMA/SLTA	6	20%
Jumlah	30	100%

Sumber: Pengolahan data primer 2024

Menurut data yang didapat menunjukkan bahwa pendidikan petani kedelai responden masih tergolong rendah tetapi pada umumnya responden mempunyai kemampuan untuk membaca, menulis dan berhitung dengan baik.

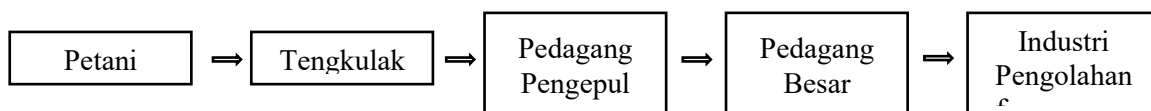
Pengalaman dalam menjalani usahatani, Dari hasil data yang diperoleh diketahui bahwa pengalaman berusahatani petani responden kedelai yaitu selama 20-30 tahun. Dengan kata lain diketahui bahwa hampir semua petani kedelai di Kecamatan Sumberrejo memiliki pengalaman berusahatani yang lama dan menghasilkan produksi kedelai yang maksimal. Selain itu pengalaman yang dimiliki oleh petani sangat membantu untuk peningkatan hasil produksi kedelai.

Beban Keluarga, secara umum beban keluarga adalah istri, anak dan juga anggota keluarga lainnya. Petani kedelai responden memiliki beban keluarga yang kisaran 1 - 6 orang. Diketahui bahwa banyaknya jumlah tanggungan keluarga sebagai berikut 1 - 2 orang ada 20 responden menjadikan jumlah tanggungan ini menjadi yang terbesar yaitu sebesar 67% selanjutnya 3-4 orang ada 9 orang atau sebanyak 30% dan paling sedikit jumlah tanggungan keluarganya adalah 5-6 orang ada 1 orang atau sebesar 3%. Dengan kata lain bahwa jumlah tanggungan keluarga petani menunjukkan petani masih berperan sangat penting dalam menanggung biaya hidup keluarga petani itu sendiri.

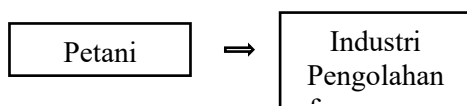
Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan rangkaian organisasi yang terkait dan yang terlibat didalam proses pengolahan produk atau jasa yang siap digunakan dan dikonsumsi. Saluran pemasaran juga disebut sebagai jembatan antara petani dengan konsumen akhir yang melalui berbagai tingkatan lembaga pemasaran. Saluran pemasaran yang dilalui sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang diterima oleh masing- masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran kedelai. Berdasarkan hasil penelitian, lembaga-lembaga pemasaran berikut adalah ikut terlibat di dalam saluran pemasaran.

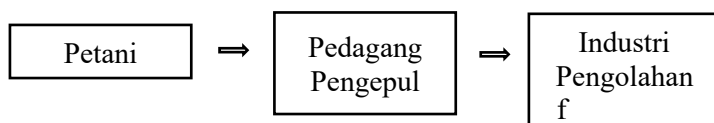
1. Saluran pemasaran pertama



2. Saluran Pemasaran Kedua



3. Saluran pemasaran ketiga



4. KESIMPULAN

Sistem distribusi komoditas kedelai yang ada di Kecamatan Sumberrejo memiliki tiga pola pemasaran yang pertama dari petani - tengkulak – pedagang pengepul – pedagang besar – Industri pengolahan, Kedua dari petani – Industri pengolahan, ketiga petani - pedagang pengepul – industri pengolahan. Saluran pemasaran yang pendek bisa lebih menguntungkan untuk petani dikarenakan memangkas beberapa rantai pemasaran

5. SARAN

1. Kepada petani diharapkan untuk bisa lebih aktif dalam mengikuti ataupun mengetahui informasi mengenai perkembangan harga pasar dan harus ada peningkatan pengetahuan dan keterampilan fungsi - fungsi pemasaran. Sebaiknya petani dalam memasarkan hasil usaha taninya memakai saluran pemasaran II karena merupakan saluran yang efisien jika dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan III.
2. Kepada pemerintah agar lebih meningkatkan penyuluhan tentang peningkatan produksi pada tanaman kedelai.
3. Kepada peneliti selanjutnya agar meneliti komoditi ini dengan pengambilan sampel lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik (ID). 2018. *Produksi jagung dan kedelai di provinsi Jawa Timur*. [Internet]. [diunduh Des 23]. Tersedia pada: <https://jatim.bps.go.id> (ID): Badan Pusat Statistik.
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Rahim,A. Husaini, Yulianti, M. 2020. Analisis pemasaran Kedelai (*Glycine max*) Di Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan. *Frontier Agribisnis*, 4(3), 82-90.
- Soetriono, A. Suwandari. Rijanto. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Bayumedia Publishing. Malang
- Suratha, I Ketut. 2014. Dampak Alih Fungsi Lahan Pertanian terhadap Ketahanan Pangan. <https://ejournal.undiksha.ac.id>. Vol. 15. No. 02 Diakses pada 21 Agustus 2023