

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Rantai Pasokan Buah Naga

1. Sasaran Rantai Pasok

Sasaran rantai pasok merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam sebuah rantai pasok. Ada dua sasaran rantai pasok, yaitu sasaran pasar dan sasaran pengembangan. Dari hasil dari penelitian di lapangan menunjukkan bahwa apakah rantai pasok buah naga berjalan dengan baik atau tidak.

a. Sasaran Pasar

Sasaran pasar buah naga di kabupaten Banyuwangi sebagian besar ditujukan untuk pasar domestik bahkan saat ini telah memasuki pasar luar negeri. Hal ini dikarenakan produktivitas buah naga di Kabupaten Banyuwangi yang semakin meningkat. Para anggota rantai pasok buah naga di Banyuwangi memasarkan produknya ke beberapa daerah seperti Jakarta, Medan, Semarang, Yogyakarta, Bali dan beberapa daerah lainnya. Selain di dalam negeri pemasaran produk buah naga Banyuwangi saat ini telah memasukin pasar Negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura.

b. Sasaran Pengembangan

Sasaran pengembangan yang ingin dicapai di dalam rantai pasokan buah naga di Banyuwangi adalah peningkatan kemampuan petani dalam menerapkan teknologi budidaya buah naga agar lebih produktif dan dapat berbuah sepanjang tahun. Hal ini dikarenakan

permintaan terhadap buah naga kian hari kian meningkat. Seiring dengan semakin meningkatnya permintaan buah naga maka perlu adanya pengembangan teknologi agar buah naga dapat terus produktif dan berbuah sepanjang tahun untuk memenuhi permintaan. Maka dari itu, perlu adanya penelitian bersama yang melibatkan *stakeholders* seperti konsultan, pemerintah dan praktisi pertanian untuk pengembangan teknologi yang terkait dengan peningkatan produktivitas buah naga.

Koordinasi antar anggota rantai pasok dalam mencapai sasarannya dapat dilihat dari komunikasi yang dijalankan. Dalam penelitian ini, anggota rantai pasok yakni pedagang yang langsung berhubungan dengan konsumen dapat mengetahui kualitas buah naga melalui informasi dari konsumen. Jika terdapat keluhan yang disampaikan oleh konsumen, maka pedagang perlu menyampaikan ke tengkulak yang kemudian akan disampaikan ke petani buah naga. Hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan akhir rantai pasokan buah naga yaitu kepuasan dan loyalitas konsumen.

2. Struktur Rantai Pasok

- a. Rantai pasok pertama : Petani – Tengkulak – Pedagang Besar Daerah – Pedagang Kecil – Konsumen Akhir

Dalam penelitian ini ditemukan 15 % anggota rantai pasok menggunakan rantai tipe pertama. Rantai pasok tipe pertama biasanya digunakan untuk menyalurkan buah naga ke berapa kota di sekitar

Kab. Banyuwangi seperti Bali, Jember, Malan, Surabaya dan kota-kota lain di sekitar Kab. Banyuwangi yang membutuhkan waktu tempuh yang relatif pendek. Alat transportasi yang digunakan sejenis pick up yang mampu membawa muatan 2-3 ton buah naga.

- b. Rantai pasok kedua : Petani – Tengkulak – Pedagang Besar daerah – Pedagang Besar kota – Pedagang Kecil – Konsumen Akhir

Dalam penelitian ini ditemukan 45 % anggota rantai pasok menggunakan rantai pasok tipe kedua. Rantai pasok tipe kedua biasanya digunakan untuk menyalurkan buah naga di pasar nasional seperti pasar buah Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Solo, Medan, Papua dan kota-kota besar lainnya. Rantai pasok tipe kedua banyak digunakan oleh anggota rantai pasok karena dianggap lebih menguntungkan baik dari segi harga maupun segi permintaan yang kian hari kian meningkat. Alat transportasi yang digunakan sejenis truk yang mampu membawa muatan 5-7 ton buah naga.

- c. Rantai Pasok ketiga : Petani – Konsumen Akhir

Dalam penelitian ini ditemukan 5 % anggota rantai pasok menggunakan rantai pasok tipe ketiga. Rantai pasok tipe ketiga biasanya digunakan untuk menyalurkan buah naga langsung dari petani kepada konsumen akhir. Konsumen akhir biasanya membeli buah naga langsung dari petani. Rantai pasok tipe ketiga relatif sedikit digunakan oleh rantai pasok dikarenakan rata-rata masyarakat Banyuwangi memiliki tanaman buah naga baik di sawah maupun di

pekarangan rumah sehingga pasokan yang dibutuhkan untuk pasar buah naga di kabupaten Banyuwangi relatif kecil.

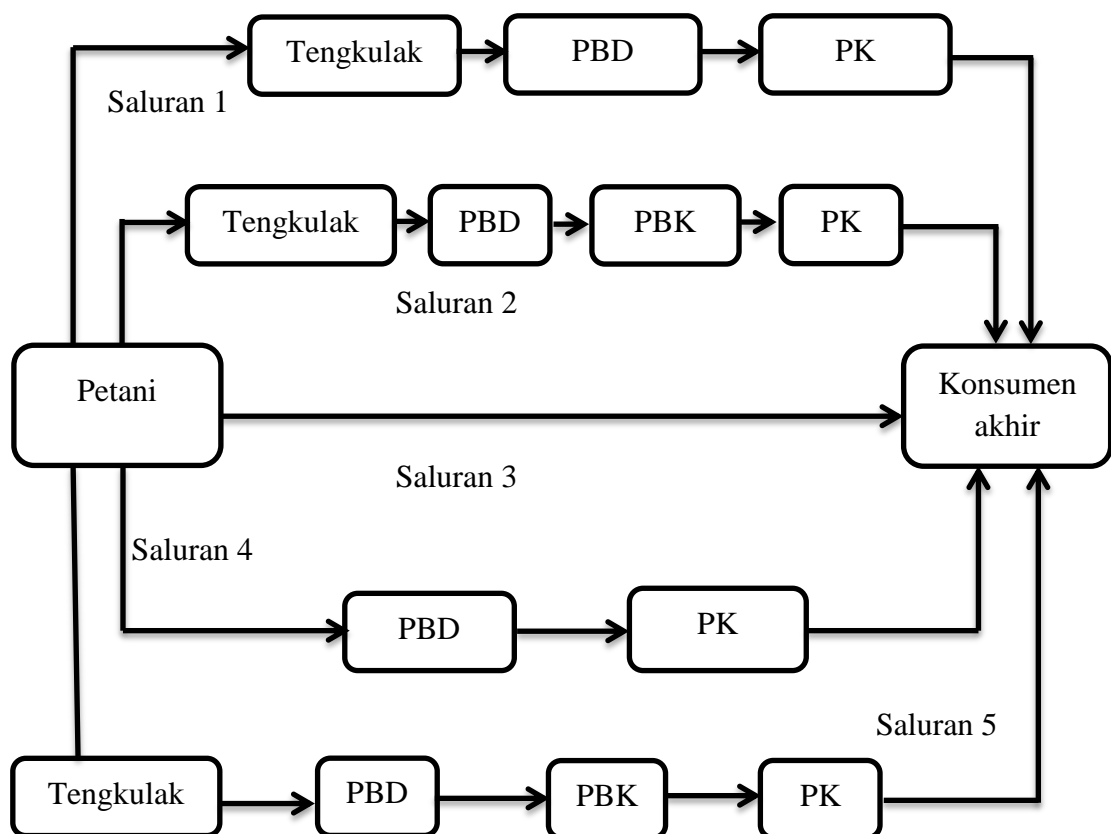
- d. Rantai pasok keempat : Petani – Pedagang Besar Daerah – Pedagang Kecil – Konsumen Akhir

Dalam penelitian ini ditemukan 10 % anggota rantai pasok menggunakan rantai tipe keempat. Rantai pasok tipe keempat biasanya digunakan untuk menyalurkan buah naga disekitar wilayah kabupaten Banyuwangi. Rantai pasok tipe keempat relatif sedikit digunakan oleh anggota rantai pasok dikarenakan rata-rata masyarakat Banyuwangi memiliki tanaman buah naga baik di sawah maupun di pekarangan rumah sehingga pasokan yang dibutuhkan untuk pasar buah naga di Kabupaten Banyuwangi relatif kecil.

- e. Rantai pasok kelima : Petani dan Tengkulak – Pedagang Besar Daerah – Pedagang Besar Kota – Pedagang Kecil – Konsumen Akhir

Dalam penelitian ini ditemukan 25 % anggota rantai pasok menggunakan rantai tipe kelima. Rantai pasok tipe kelima biasanya digunakan untuk menyalurkan buah naga di beberapa Negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura. Rantai pasok tipe kelima belum banyak digunakan anggota rantai pasok dikarenakan proses penyaluran buah naga ke Negara lain masih menggunakan sistem hub yakni segala proses pengiriman buah naga dilakukan oleh pedagang besar di kota besar seperti Jakarta dan Medan. Dikarenakan dalam satu kali pengiriman jumlah muatannya cukup besar biasanya pedagang

besar daerah membeli buah naga tidak hanya pada tengkulak tetapi juga langsung kepada petani agar lebih cepat untuk memenuhi jumlah muatan yang diinginkan. Biasanya untuk satu kali pengiriman ke pasar luar negeri jumlahnya lebih dari 10 ton.



Sumber : Data Primer (diolah)

Gambar 5.1 Struktur Saluran Rantai Pasok Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi

Gambar diatas 5.1 menunjukkan struktur rantai pasok buah naga yang terbentuk dalam penelitian yang dilakukan dilapangan. Struktur rantai pasok tersebut melibatkan seluruh anggota rantai pasok, setiap anggota rantai pasok memilik fungsi masing-masing yang dapat dilihat pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1

Fungsi Anggota Dalam Struktur Rantai Pasok di Kabupaten Banyuwangi

Fungsi	Aktivias	Petani	Tengkulak	PBD	PBK	PK
Pertukaran	Jual	√	√	√	√	√
	Beli	-				
Fisik	Angkut	√	√	√	√	√
	Simpan	-	√	√	√	√
Fasilitas	Sortir	-	√	√	-	-
	Grading	-	√	√	-	-
	Informasi harga	√	√	√	√	√
	Resiko	√	√	√	√	√

Sumber : Data primer (diolah)

a. Petani

Petani buah naga merupakan anggota rantai pasok yang berperan penting dalam struktur rantai pasok, dikarenakan tanpa adanya petani tidak mungkin akan tercipta struktur rantai pasok. Petani buah naga melakukan aktifitas budidaya buah naga dari mulai pemilihan jenis buah naga, penyiapan bibit, penyiapan lahan, penanaman, perawatan, pemanenan serta perawatan pasca panen. Dalam hal ini, petani berperan penting pada rantai pasok buah naga dikarenakan kualitas, kuantitas dan ketersediaan pasokan buah naga sangat ditentukan oleh petani. Para petani buah naga melakukan usaha tani pada lahan milik pribadi maupun sewa. Sebagian besar varietas buah naga yang ditanam oleh petani buah naga Banyuwangi yakni buah naga merah dan buah naga putih, karena dianggap yang paling mudah di budidayakan serta memiliki produktivitas tinggi.

Petani yang dijadikan responden dalam penelitian ini berjumlah 25 petani. petani tersebut berasal dari 8 kecamatan yang terdapat di Kabupaten Banyuwangi. Seluruh petani memiliki tenaga kerja baik tetap maupun serabutan. Rata-rata petani di Kabupaten Banyuwangi memiliki luas lahan 500 M² yang digunakan untuk menanam buah naga baik itu di lahan sawah maupun perkarangan rumah.

b. Tengkulak

Tengkulak merupakan anggota rantai pasok yang bertugas sebagai pembeli, pengepul, pendistribusi sekaligus pedagang hasil pertanian dengan cara mendatangi petani. Tengkulak biasanya memiliki langganan petani yang tersebar di banyak desa maupun kecamatan. Pada penelitian ini jumlah tengkulak buah naga 10 orang yang tersebar di delapan kecamatan. Dalam satu hari tengkulak buah naga dapat mengumpulkan buah naga dari petani minimal 5 – 10 ton. Tengkulak biasanya menjual buah naga tersebut kepada pedagang besar daerah dan pedagang kecil di sekitar wilayahnya. Mekanisme jual beli yang dilakukan oleh tengkulak buah naga yakni menawarkan kepada pedagang besar. Namun sebagian besar 10 tengkulak yang tersebar dalam 8 kecamatan tersebut telah memiliki langganan pedagang besar yang akan membeli produknya.

c. Pedagang Besar Daerah

Pedagang besar daerah merupakan anggota rantai pasok yang bertugas membeli dan menjual barang dalam jumlah besar sekaligus melakukan pendistribusi buah naga dalam rantai pasok. Pada penelitian ini jumlah responden pedagang besar daerah sejumlah 10 orang yang tersebar di delapan kecamatan yang dijadikan lokasi penelitian. Sebagai pedagang besar daerah membeli buah naga dari tengkulak langganan maupun petani secara langsung. Pedagang besar daerah merupakan pedagang besar yang berada di wilayah Banyuwangi.

d. Pedagang Besar Kota

Pedagang besar Kota merupakan anggota rantai pasok yang bertugas membeli dan menjual barang dalam jumlah besar sekaligus melakukan pendistribusi buah naga dalam rantai pasok. Pedagang besar Kota dimaksud dalam penelitian ini ialah pedagang besar yang berada di kota – kota besar yang memiliki lapak besar dipasar buah, dalam penelitian ini peneliti menerima informasi tentang pedagang besar kota dari pedagang besar daerah. Biasanya pedagang besar daerah menjual atau menitipkan produknya pada lapak – lapak pedagang besar Kota. Jika pedagang besar daerah menitipkan produknya biasanya sistem yang digunakan dalam hal ini ialah sistem komisi, jika produk terjual pedagang besar kota akan mendapatkan 10 % dari produk yang dijualnya sebagai hak atas jasa menjual.

e. Pedagang Kecil

Pedagang kecil merupakan anggota rantai pasok buah naga yang menghubungkan produk hasil petani sampai ke tangan konsumen akhir. Peran pedagang kecil sangat penting karena berhadapan langsung dengan konsumen akhir dalam melayani dan memenuhi kebutuhannya. Tujuan utama rantai pasok adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen akhir. Pada penelitian ini jumlah responden pedagang kecil sejumlah 10 orang yang tersebar di delapan kecamatan. Pedagang kecil membeli buah naga dari pedagang besar dan terkadang juga membeli langsung ke petani karena dianggap lebih murah dan menguntungkan.

f. Konsumen Akhir

Konsumen akhir merupakan anggota rantai pasok buah naga yang terakhir dan menjadi tujuan akhir rantai pasok. Konsumen akhir merupakan seseorang yang membeli buah naga baik dari pedagang kecil maupun pedagang besar atau langsung ke petani buah naga.

Dalam penelitian ini, konsumen akhir menerima atau membeli buah naga dari anggota rantai pasok sebelumnya, membayar atas buah naga yang dibeli serta berhak menerima dan memberikan informasi terkait produk buah naga yang dibeli dan pelayanan yang diberikan anggota rantai pasok sebelumnya. Kualitas buah naga menjadi atribut utama dalam pembelian buah naga yang dilakukan oleh konsumen akhir. Oleh karena itu, konsumen akhir berperan dalam menentukan

kualitas dan kuantitas produk yang diinginkan. Kualitas dan kuantitas yang diinginkan akan disampaikan oleh konsumen akhir kepada pedagang kecil maupun pedagang besar. Selain kualitas dan kuantitas, biasanya konsumen akhir menginginkan kecepatan dan ketersediaan produk dan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, setiap anggota rantai pasok buah naga harus bekerja sama dalam memenuhi keinginan konsumen agar dapat bersaing di dalam rantai pasok buah naga.

3. Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan bersama yang dilakukan oleh seluruh anggota rantai pasok. Setiap anggota yang terlibat di dalam rantai pasok memiliki fungsi dan perannya masing-masing. Sehingga dibutuhkan manajemen yang baik untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh setiap anggota rantai pasok agar masing-masing tidak ada yang dirugikan. Manajemen rantai pasok dibutuhkan untuk meningkatkan nilai tambah untuk setiap anggota rantai. Hal yang perlu dikaji dalam manajemen rantai pasok buah naga yaitu pemilihan mitra, kesepakatan antar anggota rantai pasok, sistem transaksi, dan dukungan pemerintah.

a. Pemilihan Mitra

Pemilihan mitra merupakan proses memilih rekan kerja yang dapat diajak kerja sama dalam sebuah rantai pasok. Pemilihan mitra perlu diperhatikan karena berhasilnya suatu usaha ditentukan oleh

kinerja rekan kerja atau mitra. Tanggung jawab dan kinerja mitra dibutuhkan dalam mendukung tercapainya tujuan rantai pasok yaitu memenuhi kepuasan konsumen.

Ada beberapa kriteria pemilihan mitra yang ditentukan baik petani, tengkulak maupun pedagang dalam penelitian ini. Kriteria-kriteria yang ditetapkan tersebut antara lain :

- 1) Tidak melakukan kecurangan (dapat dipercaya)
- 2) Tanggung jawab
- 3) Transparan tentang informasi
- 4) Kualitas produk
- 5) Tawaran harga
- 6) Bersedia menerima kritik dan saran serta dapat memperbaikinya
- 7) Mempunyai modal kuat

b. Kesepakatan Kontrak Antar Anggota Rantai Pasok

Kesepakatan kontrak merupakan kontrak yang berisi kesepakatan antara anggota-anggota yang saling bekerja sama baik secara formal maupun informal. Pada penelitian ini seluruh anggota rantai pasok buah naga di Banyuwangi hanya melakukan kesepakatan secara informal, tidak berbentuk dalam kontrak formal. Kesepakatan yang ditetapkan bersama adalah mengenai harga, Grade, kualitas serta kuantitas buah naga yang dipesan.

c. Sistem Transaksi

Sistem transaksi dalam penelitian ini yang dilakukan antara petani buah naga dengan tengkulak menggunakan *cash and carry*. Tengkulak biasanya mencari dan membeli buah naga yang telah dipetik oleh petani dan langsung menimbang dan membayar hasil panen buah naga tersebut kepada petani dengan uang tunai dan langsung mengangkut buah naga ke gudang penyimpanan untuk dilakukan sortir dan grading. Tidak jarang juga petani mendatangi tengkulak untuk menawarkan hasil panen buah naga. Sistem transaksi yang terjadi antara tengkulak dengan pedagang besar berbeda dengan sistem transaksi antara petani dengan tengkulak, biasanya sistem transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak secara non cash atau via transfer bank setelah pembayaran selesai dilakukan. Pedagang dapat membawa buah naga langsung ke pasar untuk dijual tanpa harus mensortir dan grading kembali. Sistem transaksi pedagang besar dengan pedagang kecil sama dengan sistem petani dan tengkulak yaitu secara *cash and carry* begitu juga sistem transaksi pedagang kecil dengan konsumen akhir.

d. Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah dibutuhkan untuk kelancaran suatu rantai pasok. Pemerintah memberi bantuan dalam bentuk perbaikan infrastruktur baik jalan maupun irigasi. Bagi petani, tengkulak, pedagang besar dan pedagang kecil dalam penelitian ini bantuan dari

pemerintah sudah cukup dirasakan. Bentuk bantuan pemerintah untuk petani berupa perbaikan irigasi dan jalan serta pelatihan pengolahan buah naga dan pendampingan untuk menjadikan kebun buah naga menjadi peluang tempat wisata. Bagi tengkulak, pedagang besar dan pedagang kecil bentuk bantuan yang dapat dirasakan berupa akses jalan yang mudah.

e. Kolaborasi Rantai Pasok

Kolaborasi atau koordinasi merupakan saling tukar informasi antar setiap anggota dalam rantai pasok. Informasi yang berasal dari konsumen akhir yang disampaikan kepada pedagang dan diteruskan ke tengkulak lalu selanjutnya disampaikan kepada petani dan begitu sebaliknya. Informasi ini meliputi karakteristik produk yang diinginkan konsumen, jumlah permintaan konsumen dan harga yang diinginkan konsumen, begitu juga sebaliknya informasi mengenai kendala dalam budidaya buah naga disampaikan pula oleh petani kepada tengkulak serta pedagang. Komunikasi yang terbangun secara intensif akan membangun rasa kepercayaan antar anggota rantai pasok.

4. Sumber Daya Rantai Pasok

Sumber daya dalam rantai pasok sangat dibutuhkan untuk mendukung kelancaran pengembangan dan efisiensi seluruh aktifitas yang berlangsung dalam rantai pasok. Pada penelitian ini dibahas mengenai sumber daya fisik, teknologi, sumber daya manusia dan modal.

a. Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik yang dimiliki petani buah naga yaitu lahan sawah atau lahan kering dengan luas yang beragam antara 250 m² sampai 10.000 m² baik lahan milik sendiri maupun sewa. Selain itu petani buah naga juga memiliki peralatan untuk menunjang kegiatan budidaya buah naga seperti cangkul, parang, gunting, alat semprot dan lain-lain. Sumber daya fisik yang sangat berpengaruh adalah jalan hingga saat ini ada beberapa petani yang memiliki lahan buah naga yang memiliki akses sulit untuk kendaraan bermotor, sehingga hal ini menyebabkan ongkos angkut buah naga yang harus ditanggung oleh petani menjadi lebih besar.

Sumber daya fisik yang dimiliki tengkulak atau pengepul meliputi kendaraan pengangkut, gudang penyimpanan, dan prasarana pendukung lainnya. Sedangkan sumber daya fisik yang dimiliki pedagang besar dan pedagang kecil hampir sama yakni meliputi kendaraan pengangkut, lapak dan prasarana pendukung lainnya.

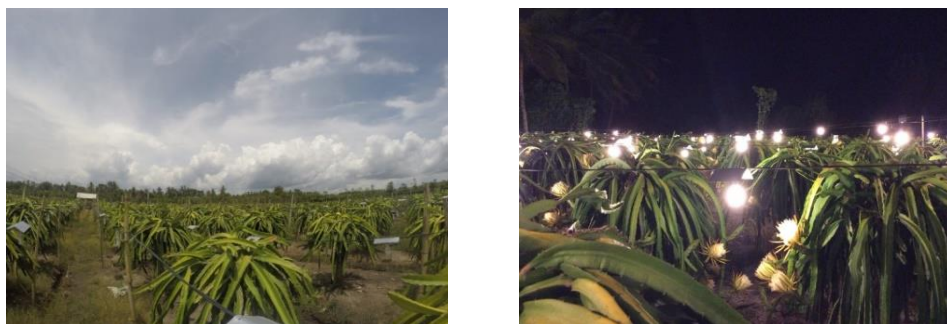




Gambar 5.2 Sumber Daya Fisik

b. Sumber Daya Teknologi

Saat ini ada beberapa petani buah naga yang telah menerapkan teknologi, meskipun teknologi yang digunakan masih sederhana dengan menggunkan bola lampu. Di luar musim buah naga para petani melakukan penerapan pencahayaan tambahan di malam hari menggunakan bola lampu tersebut untuk merangsang pertumbuhan bunga yang nantinya menghasilkan buah naga sehingga produksi buah naga dapat terjadi sepanjang tahun.



Gambar 5.3 Penerapan Teknologi

c. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia dalam rantai pasok buah naga melibatkan para anggota terkait yang semuanya saling berinteraksi

sehingga terjadi pengaliran produk, informasi dan uang. Sumber daya manusia dalam rantai pasok buah naga terdiri dari petani, buruh atau pegawai, tengkulak, pedagang besar, dan pedagang kecil. Petani adalah sumberdaya rantai yang paling penting dalam rantai pasok, dikarenakan petani bertugas memproduksi buah naga. Dalam setiap lahan kebutuhan pekerja untuk mengolah lahan bervariasi tergantung luas lahan selain itu petani juga mengurus lahannya sendiri. Kegiatan Tengkulak atau pengepul melibatkan buruh yang bertugas mengangkut buah naga, supir bak atau truk, petugas sortir dan tengkulak sendiri. Kegiatan pedagang besar biasanya melibatkan lebih banyak sumber daya, antara lain buruh angkut, supir bak atau truk, petugas sortir, pegawai administrasi dan pedagang besar sendiri. Sedangkan pedagang kecil biasanya hanya melibatkan penjaga lapak dan pedagang kecil sendiri. Masing-masing anggota yang terlibat merupakan sumberdaya manusia yang menunjang kelancaran rantai pasok buah naga sampai ke konsumen akhir.

d. Sumber Daya Modal

Modal merupakan syarat terpenting untuk keberlangsungan usaha tani dan pendistribusian buah naga. Modal yang kuat akan mendatangkan keuntungan yang berlipat dan kepercayaan yang cepat dalam usaha tani dan pendistribusian buah naga. Permodalan yang dimiliki oleh para anggota rantai pasok kebanyakan berasal dari modal pribadi dan sebagian dari lembaga keuangan seperti koperasi dan

perbankan. Petani memerlukan modal untuk pengolahan lahan, pupuk dan tenaga kerja. Sedangkan tengkulak atau pengepul dan pedagang memerlukan modal untuk membeli hasil buah naga dari petani, biaya operasional dan tenaga kerja.

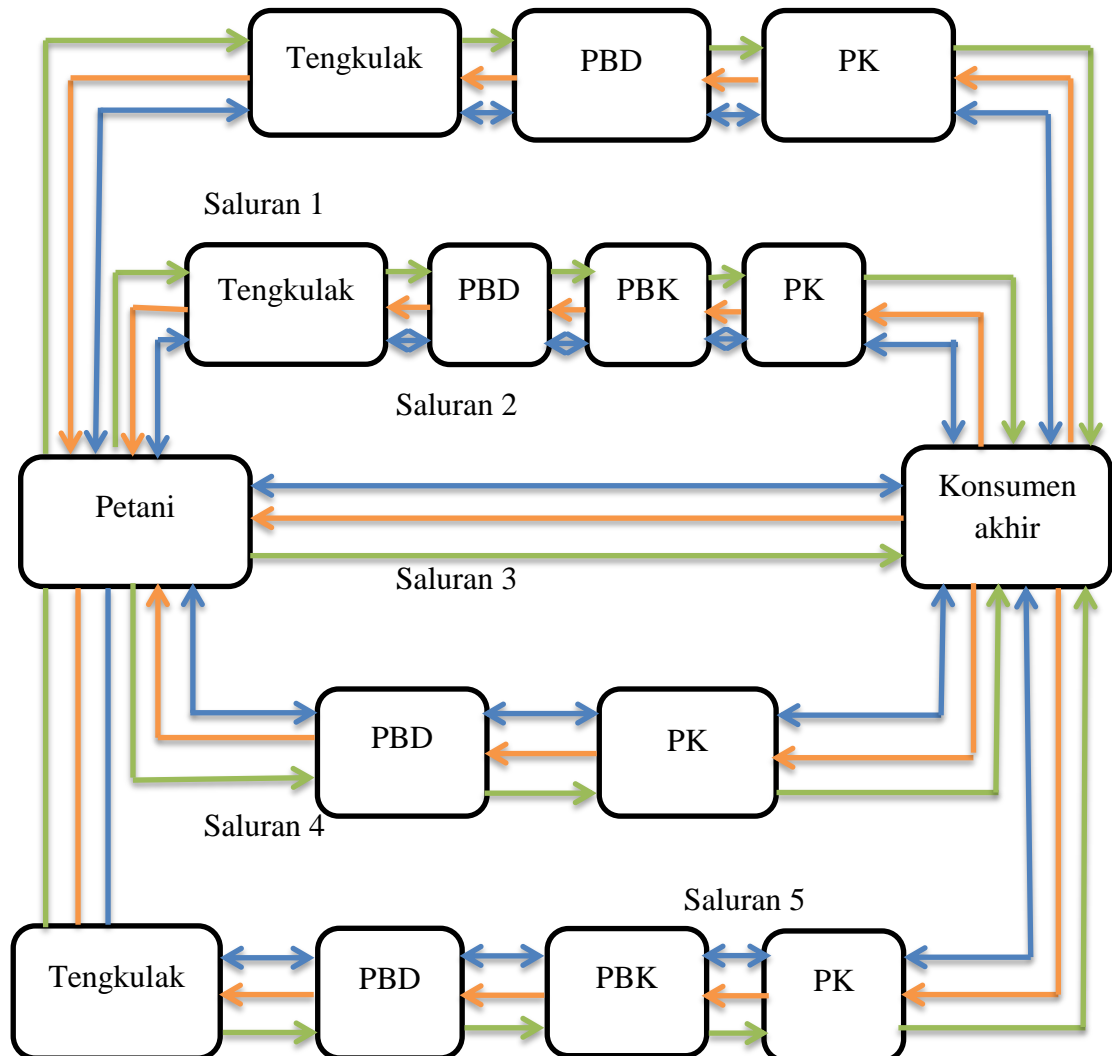
Sumber daya dalam rantai pasok sangat dibutuhkan untuk mendukung kelancaran pengembangan dan efisiensi seluruh aktifitas yang berlangsung dalam rantai pasok. Pada penelitian ini dibahas mengenai sumber daya fisik, teknologi, sumber daya manusia dan modal.

5. Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai pasok merupakan proses yang terjadi di sepanjang rantai pasok. Proses bisnis rantai pasok yang baik adalah proses bisnis yang saling terintegrasi antar satu dengan lainnya. Hal-hal yang dikaji dalam penelitian ini yakni pola distribusi, anggota rantai pendukung dan resiko dan *trust building*.

a. Pola Distribusi

Pola distribusi pada rantai pasok buah naga di Kabupaten Banyuwangi menggambarkan aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang terjadi antar anggota rantai pasok. Hal-hal yang dibahas meliputi kelancaran ketiga aliran tersebut apakah berjalan dengan lancar atau tidak, bagaimana pelaksanaannya, dan apa kendala yang dihadapi dalam setiap aliran ini.



Keterangan :

- Aliran Produk
- ← Aliran Finansial
- ↔ Aliran Informasi

Sumber : Data Primer (diolah)

Gambar 5.4 Aliran Rantai Pasok Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi

1) Aliran Produk

Produk yang dialirkan dalam rantai pasok ini adalah buah naga. Buah naga merupakan produk akhir yang akan diterima konsumen akhir dengan kualitas dan kuantitas yang baik. Aliran produk berawal dari petani buah naga, petani menanam buah naga sampai menghasilkan buah antara umur delapan bulan sampai satu setengah tahun setelah masa tanam. Kemudian petani menghubungi tengkulak jika petani telah siap memanen hasil. Setelah selesai memanen buah naga dari lahan, selanjutnya buah naga diangkut dengan pick up atau sejenisnya untuk dibawa ke tempat penyimpanan untuk dilakukan proses sortir dan grading oleh tengkulak. Setelah selesai dilakukan proses sortir dan grading buah naga selanjutnya buah naga dijual oleh tengkulak kepada pedagang besar daerah untuk dialirkan kepada pembeli. Setiap musimnya tengkulak memiliki kapasitas pengumpulan 20 – 100 ton tergantung dari banyaknya modal yang dimiliki.

Pedagang besar daerah selanjutnya melakukan proses pengemasan buah naga untuk dimasukkan ke peti-peti untuk mempermudah proses pengiriman ke kota-kota besar dan untuk menjaga kualitas buah naga. Dalam satu kali pengiriman ke kota besar biasanya pedagang besar daerah memiliki kapasitas 2-7 ton tergantung modal yang dimiliki dan tujuan daerah pengiriman. Konsumen mendapatkan aliran produk buah naga dari pedagang

kecil yang membeli buah naga dari pedagang besar maupun langsung dari petani.

Satu bentuk produk dalam aliran produk rantai pasok ini, yaitu buah naga yang dialirkan dari petani buah naga ke tengkulak, kemudian dialirkan ke pedagang besar daerah untuk kemudian dialirkan kembali ke pedagang besar kota yang selanjutnya dialirkan ke pedagang kecil yang mengalirkan ke tangan konsumen akhir. Aliran produk buah naga dari petani hingga konsumen belum terintegrasi dengan baik dikarenakan ada siklus yang belum pasti sehingga waktu pengiriman ataupun kouta yang dikirim tidak dapat diprediksi dengan baik.

2) Aliran Finansial

Aliran finansial merupakan aliran uang yang mengalir dari setiap anggota kepada seluruh anggota pemasok. Dalam rantai pasok uang pembayaran tersebut didapat atas produk yang dijual kepada mitranya. Uang pembayaran tersebut digunakan oleh anggota rantai pasok sebagai modal untuk kembali melakukan produksi sehingga membentuk siklus tersendiri. Aliran finansial dimulai dari konsumen akhir hingga petani. Konsumen membayar buah naga secara langsung setelah membeli produk tersebut dengan uang tunai kepada pedagang kecil maupun kepada produsen/petani.

Tengkulak membayar hasil panen buah naga kepada petani secara langsung atau *cash* setelah tengkulak selesai melakukan

pengangkutan. Sedangkan aliran finansial Pedagang besar daerah ke tengkulak terjadi *non cash* via transfer bank karena dirasa pembayarannya terlalu besar jika dilakukan secara cash begitu juga dengan aliran finansial pedagang besar daerah ke pedagang besar kota terjadi secara *non cash*. Aliran finansial tengkulak, pedagang besar daerah dan pedagang besar kota sedikit tidak lancar dikarenakan biasanya pedagang besar yang memiliki modal yang tidak terlalu besar menunggu produknya laku dahulu untuk membayar kepada tengkulak. Aliran finansial antara pedagang kecil dengan pedagang besar terjadi seperti tengkulak kepada petani yakni secara cash, pedagang kecil dapat membawa buah naga jika telah membayar sejumlah uang sesuai dengan buah naga yang dibelinya.

3) Aliran Informasi

Aliran informasi merupakan komponen yang penting dalam kelancaran baik itu aliran produk maupun finansial dalam rantai pasok buah naga. Informasi tersebut berguna untuk menjaga rasa kepercayaan antara setiap anggota rantai pasok buah naga. Transparansi informasi harus selalu dijaga agar menghindari terjadinya konflik dan mempermudah jalannya usaha sampai jangka panjang. Informasi yang diberikan dapat berupa informasi produksi, kondisi pasar, harga dan lain-lainnya yang terkait dalam rantai pasok buah naga. Aliran informasi mengalir secara timbal

balik dari petani buah naga hingga konsumen akhir begitu sebaliknya.

Informasi yang diberikan petani kepada tengkulak yakni terkait informasi yang menyangkut produktivitas lahan buah naga dan kondisi kualitas dan kuantitas buah naga. Petani juga menerima informasi dari tengkulak berupa kondisi pasar, harga, serta kualitas dan kuantitas produk yang diinginkan pasar. Tidak banyak informasi yang diberikan tengkulak kepada pedagang besar daerah. Informasi yang diberikan hanya mencakup ketersediaan produk dan kualitas produk, sedangkan informasi yang diberikan pedagang besar daerah kepada tengkulak adalah informasi terkait permintaan buah naga dan kualitas produk dari konsumen akhir. Pedagang besar daerah juga menerima informasi dari pedagang besar kota terkait permintaan buah naga, kondisi pasar, harga dan kualitas produk dari konsumen akhir begitu juga sebaliknya. Informasi terkait kualitas dan kuantitas serta permintaan didapat dari pedagang kecil yang langsung berhubungan dengan konsumen akhir. Seluruh keluhan dan masukan dari konsumen akhir ditampung oleh pedagang kecil untuk selanjutnya disampaikan kepada seluruh anggota yang terkait dalam rantai pasok.

b. Anggota Rantai Pendukung

Anggota rantai pendukung merupakan pihak-pihak yang mendukung atau memperlancar kegiatan dan aliran yang terjadi

sepanjang rantai pasok, baik aliran produk, finansial, dan informasi. Setiap anggota rantai pasok buah naga memerlukan alat dan bahan baku dalam proses produksi yang dijalankan. Petani buah naga membutuhkan alat dan bahan baku dalam budidaya buah naga seperti benih, pupuk, pestisida, dan alat-alat pertanian untuk menunjang. Bukan hanya petani yang membutuhkan alat produksi Tengkulak, Pedagang besar, Pedagang kecil juga membutuhkan alat-alat untuk menunjang kelancaran kegiatan dan aliran yang terjadi disepanjang rantai pasok seperti timbangan, peti penyimpanan, alat pengangkut dan alat-alat penunjang lainnya.

c. Resiko dan *Trust Building*

Setiap anggota rantai pasok memiliki resiko yang berbeda dalam proses bisnis rantai pasok ini. Petani buah naga memiliki resiko seperti gagal panen karena buah naga memiliki kualitas buruk atau terkena penyakit dan harga yang fluktuatif. Tengkulak memiliki resiko yakni jika petani gagal panen maka tengkulak tidak memiliki ketersediaan barang untuk memenuhi pesanan pedagang besar dan resiko penyimpanan jika buah naga disimpan terlalu lama maka akan mengurangi harga jual buah naga. Pedagang besar memiliki resiko penuh atas buah naga karena pedagang besar memegang kendali distribusi dan penyimpanan terhadap buah naga jika pedagang besar menyimpan buah naga terlalu lama di gudang atau di lapak maka akan rentan busuk dan setiap hari harga buah akan semakin turun nilai jual

buahnya dan saat proses pengangkutan atau pengiriman pedagang besar memiliki resiko seperti kecelakaan dan keterlambatan. Pedagang kecil memiliki resiko yakni jika keadaan pasar sedang turun maka resiko buah naga akan lama terjual yang berpengaruh akan kualitas buah naga karena jika buah naga disimpan terlalu lama rentan busuk dan setiap hari harga buah naga akan semakin turun nilai jual buahya.

6. Nilai Rantai Pasok

Berdasarkan hasil penelitian bahwa buah naga yang telah siap dijual dari petani buah naga akan dibeli oleh tengkulak/pengepul, kemudian dibeli oleh pedagang besar daerah, lalu kemudian dijual kepada pedagang besar kota, lalu dibeli oleh pedagang kecil yang selanjutnya dijual kepada konsumen. Ditemukan bahwa buah naga yang telah siap jual memiliki tingkatan harga yang berbeda-beda berdasarkan 3 grade yakni :

a. Grade A

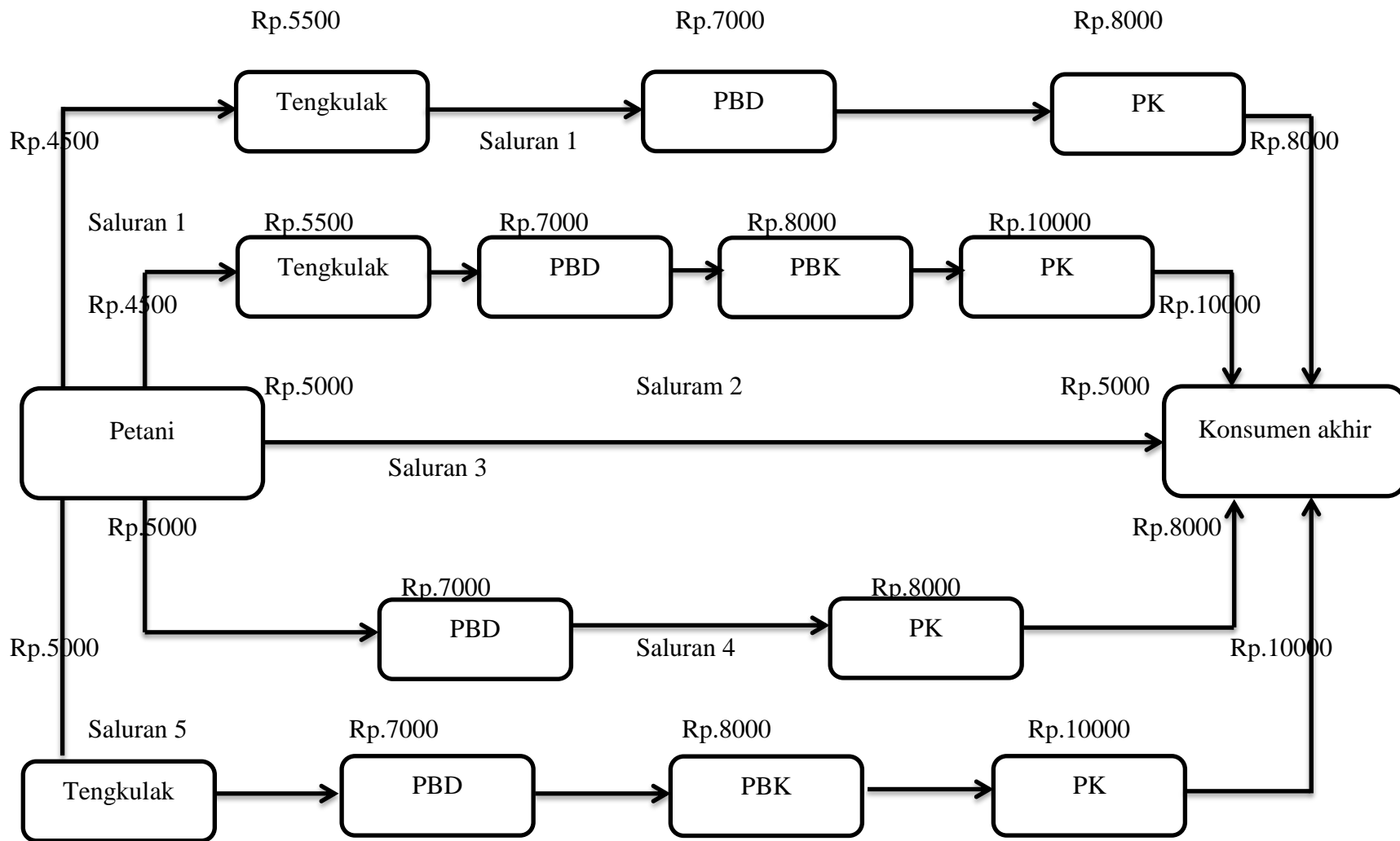
Buah naga grade A didefinisikan dengan buah naga yang beratnya lebih dari 6 ons dengan kualitas buah yang super dengan penampilan kulit normal tanpa cacat.

b. Grade B

Buah naga grade B didefinisikan dengan buah naga yang beratnya antara dari 3 - 6 ons dengan kualitas buah yang normal. Buah naga dengan berat 6 ons namun terdapat cacat fisik buah maka dimasuk ke dalam grade B.

c. Grade C

Buah naga grade B didefinisikan dengan buah naga yang beratnya kurang dari 3 dengan kualitas buah yang normal



Sumber : Data Primer (diolah)

Gambar 5.5 Struktur Rantai Pasokan Buah Naga Grade A

Gambar 5.5 menggambarkan tingkatan harga jual yang terjadi pada buah naga grade A. Pada saluran rantai pasok pertama petani menjual buah naga dengan harga Rp.4500 kepada tengkulak, kemudian tengkulak menjual buah naga dari petani kepada PBD dengan harga Rp.5500 terdapat margin antara petani dengan tengkulak sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh tengkulak. PBD menjual buah naga kepada Pedagang kecil dengan harga Rp.7000 terdapat margin antara tengkulak dengan pedagang kecil sebesar Rp.1500, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.8000 terdapat margin antara PBD dengan pedagang kecil sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok pertama nilai rantai terbesar didapat oleh PBD (Pedagang besar daerah) dengan margin sebesar Rp.1500.

Pada saluran rantai pasok kedua petani menjual buah naga dengan harga Rp.4500 kepada tengkulak, kemudian tengkulak menjual buah naga dari petani kepada PBD dengan harga Rp.5500 terdapat margin antara petani dengan tengkulak sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh tengkulak. PBD menjual buah naga kepada PBK dengan harga Rp.7000 terdapat margin antara

tengkulak dengan PBD sebesar Rp.1500, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. PBK menjual buah naga kepada pedagang kecil dengan harga Rp.8000 terdapat margin antara PBD dan PBK sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBK. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.10000 terdapat margin antara PBK dengan pedagang kecil sebesar Rp.2000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok kedua nilai rantai terbesar didapat oleh pedagang kecil dengan margin sebesar Rp.2000.

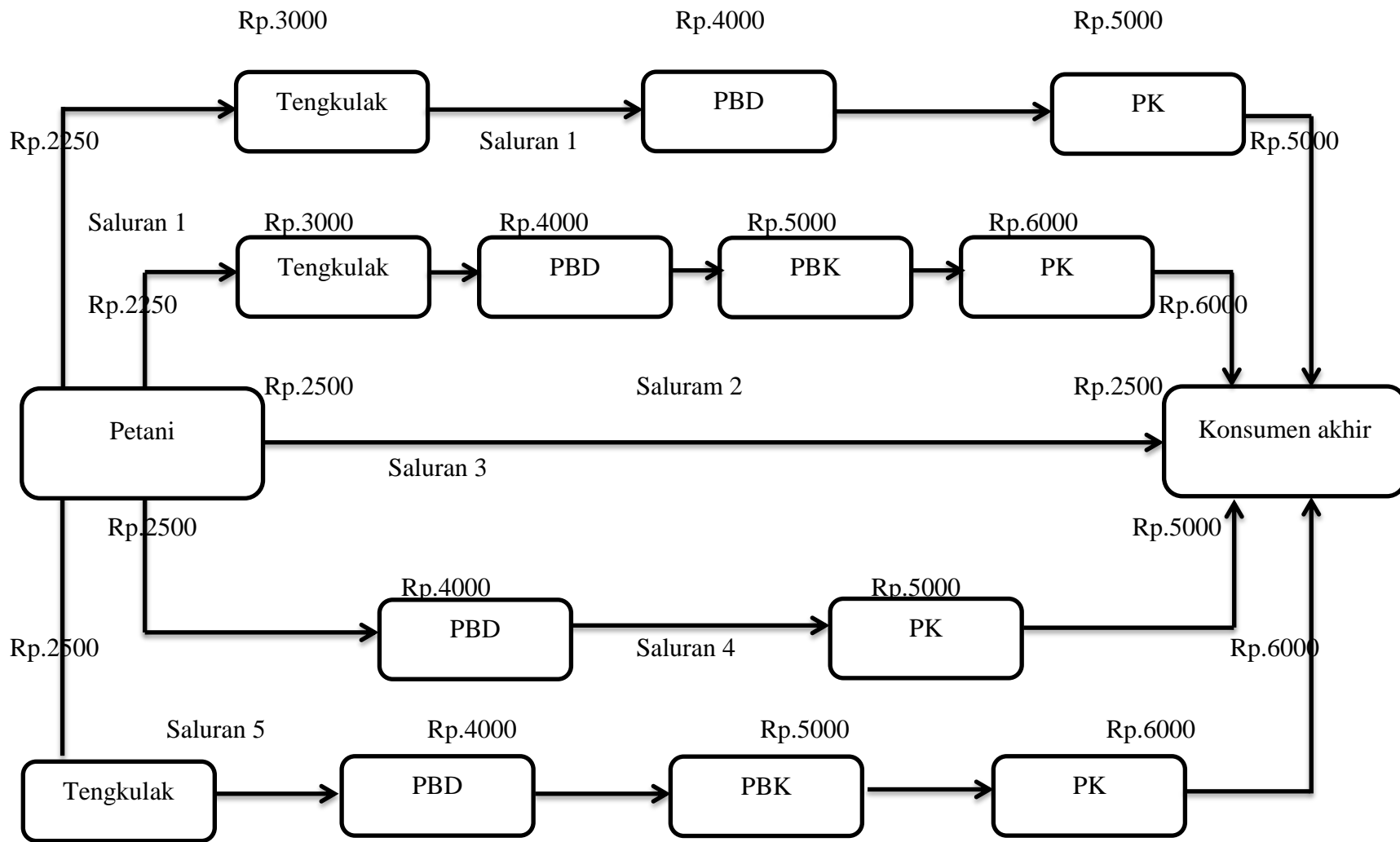
Pada saluran rantai pasok ketiga petani langsung menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.5000. Harga buah naga dari petani pada saluran ketiga berbeda dengan harga buah naga dari petani pada saluran rantai pasok pertama dan kedua, dikarenakan petani harus mengeluarkan biaya tambahan untuk memanen buah naga dari ladang sedangkan pada saluran pertama dan kedua yang memanen buah naga dari ladang bukan petani namun tengkulak/pengepul. Pada saluran rantai pasok ketiga harga yang dibayar konsumen akhir sama dengan harga yang dijual oleh petani. Hal ini sama-sama menguntungkan kedua belah pihak.

Pada saluran rantai pasok keempat petani menjual buah naga dengan harga Rp.5000 kepada PBD. Harga jual buah naga dari petani pada saluran keempat berbeda dengan harga buah naga dari petani pada saluran rantai pasok pertama dan kedua, dikarenakan petani harus mengeluarkan

biaya tambahan untuk memanen buah naga dari ladang sedangkan pada saluran pertama dan kedua yang memanen buah naga dari ladang bukan petani namun tengkulak/pengepul. PBD menjual buah naga dari petani kepada pedagang kecil dengan harga Rp.7000 terdapat margin antara petani dengan PBD sebesar Rp.2000 hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.8000 terdapat margin antara PBD dengan pedagang kecil sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok keempat nilai rantai terbesar didapat oleh PBD dengan margin sebesar Rp.2000.

Pada saluran rantai pasok kelima PBD membeli buah naga dari petani dan tengkulak dengan harga rata-rata kurang lebih Rp.5000, kemudian PBD menjual buah naga dari petani kepada PBK dengan harga Rp.7000 terdapat margin antara petani/tengkulak dengan PBD sebesar Rp.2000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. Kemudian PBK menjual buah naga kepada pedagang kecil dengan harga Rp.8000 terdapat margin antara PBD dengan PBK sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBK. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.10000 terdapat margin antara PBK dengan pedagang kecil sebesar Rp.2000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil.

Pada saluran rantai pasok kelima nilai rantai terbesar didapat oleh PBD dan pedagang kecil dengan margin sebesar Rp.2000.



Sumber : Data Primer (diolah)

Gambar 5.6 Struktur Rantai Pasokan Buah Naga Grade B

Gambar 5.6 menggambarkan tingkatan harga jual yang terjadi pada buah naga grade B. Pada saluran rantai pasok pertama petani menjual buah naga dengan harga Rp.2250 kepada tengkulak, kemudian tengkulak menjual buah naga dari petani kepada PBD dengan harga Rp.3000 terdapat margin antara petani dengan tengkulak sebesar Rp.750, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh tengkulak. PBD menjual buah naga kepada Pedagang kecil dengan harga Rp.4000 terdapat margin antara tengkulak dengan pedagang kecil sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.5000 terdapat margin antara PBD dengan pedagang kecil sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok pertama nilai rantai terbesar didapat oleh PBD (Pedagang besar daerah) dan pedagang kecil dengan margin sebesar Rp.1000.

Pada saluran rantai pasok kedua petani menjual buah naga dengan harga Rp.2250 kepada tengkulak, kemudian tengkulak menjual buah naga dari petani kepada PBD dengan harga Rp.3000 terdapat margin antara petani dengan tengkulak sebesar Rp750, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh tengkulak. PBD menjual

buah naga kepada PBK dengan harga Rp.4000 terdapat margin antara tengkulak dengan PBD sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. PBK menjual buah naga kepada pedagang kecil dengan harga Rp.5000 terdapat margin antara PBD dan PBK sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBK. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.6000 terdapat margin antara PBK dengan pedagang kecil sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok Kedua nilai rantai terbesar didapat oleh PBD, PBK dan Pedagang kecil dengan margin sebesar Rp.1000.

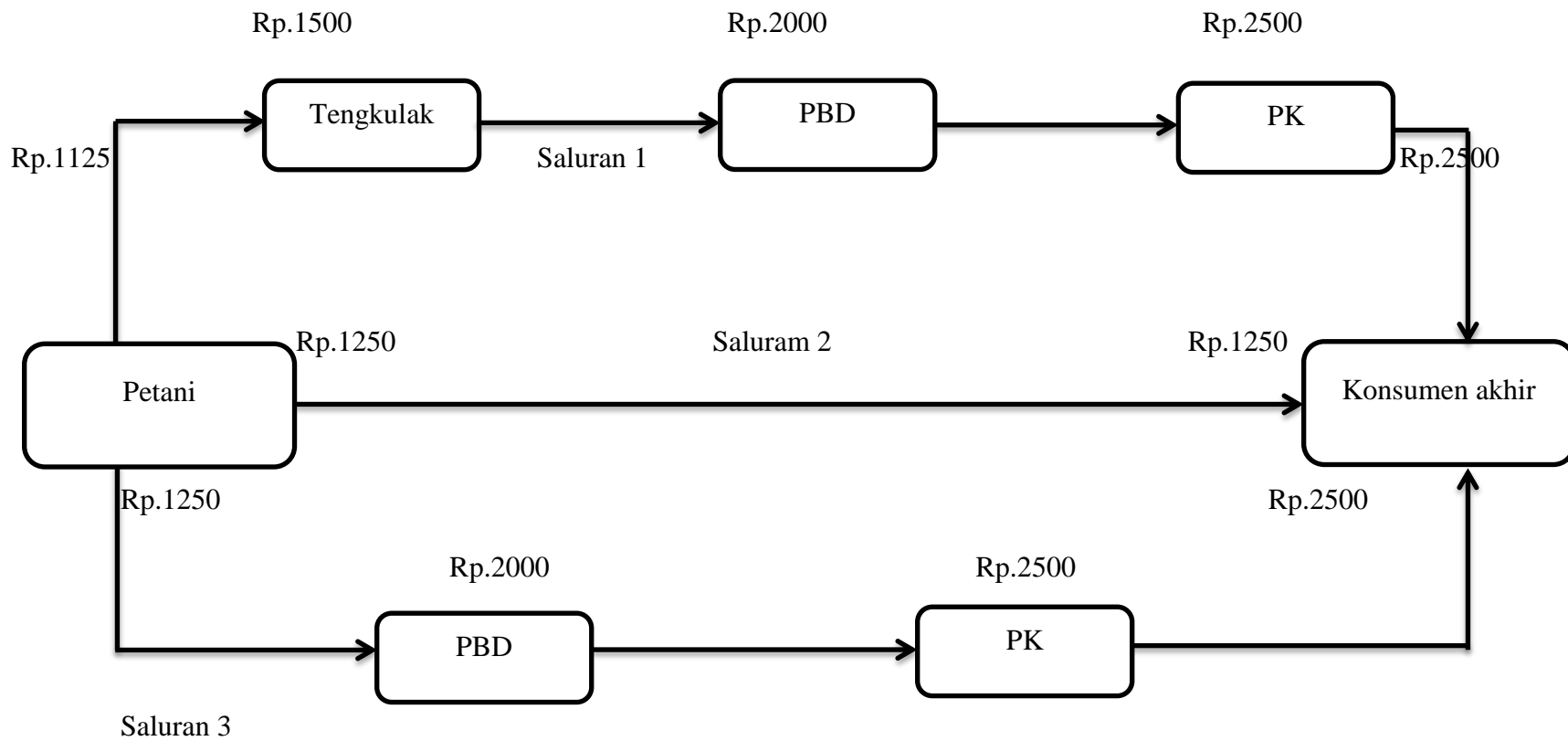
Pada saluran rantai pasok ketiga petani langsung menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.2500. Harga buah naga dari petani pada saluran ketiga berbeda dengan harga buah naga dari petani pada saluran rantai pasok pertama dan kedua, dikarenakan petani harus mengeluarkan biaya tambahan untuk memanen buah naga dari ladang sedangkan pada saluran pertama dan kedua yang memanen buah naga dari ladang bukan petani namun tengkulak/pengepul. Pada saluran rantai pasok ketiga harga yang dibayar konsumen akhir sama dengan harga yang dijual oleh petani. Hal ini sama-sama menguntungkan kedua belah pihak.

Pada saluran rantai pasok keempat petani menjual buah naga dengan harga Rp.2500 kepada PBD. Harga jual buah naga dari petani pada

saluran keempat berbeda dengan harga buah naga dari petani pada saluran rantai pasok pertama dan kedua, dikarenakan petani harus mengeluarkan biaya tambahan untuk memanen buah naga dari ladang sedangkan pada saluran pertama dan kedua yang memanen buah naga dari ladang bukan petani namun tengkulak/pengepul. PBD menjual buah naga dari petani kepada pedagang kecil dengan harga Rp.4000 terdapat margin antara petani dengan PBD sebesar Rp.1500 hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.5000 terdapat margin antara PBD dengan pedagang kecil sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok keempat nilai rantai terbesar didapat oleh PBD dengan margin sebesar Rp.1500.

Pada saluran rantai pasok kelima PBD membeli buah naga dari petani dan tengkulak dengan harga rata-rata kurang lebih Rp.2500, kemudian PBD menjual buah naga dari petani kepada PBK dengan harga Rp.4000 terdapat margin antara petani/tengkulak dengan PBD sebesar Rp.1500, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. Kemudian PBK menjual buah naga kepada pedagang kecil dengan harga Rp.5000 terdapat margin antara PBD dengan PBK sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBK. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.6000 terdapat margin antara

PBK dengan pedagang kecil sebesar Rp.1000, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok kelima nilai rantai terbesar didapat oleh PBD dengan margin sebesar Rp.1500.



Sumber : Data Primer (diolah)

Gambar 5.7 Struktur Rantai Pasokan Buah Naga Grade C

Gambar 5.7 menggambarkan tingkatan harga jual yang terjadi pada buah naga grade C. Pada buah naga grade C jumlah saluran pada struktur rantai pasok berbeda dengan buah naga grade A dan grade B. Buah naga dengan grade C biasanya dijual disekitar wilayah Kabupaten Banyuwangi saja, dikarenakan buah naga grade C tidak dapat dijual untuk pasar nasional atau luar negeri seperti buah naga grade A ataupun grade B. Pada saluran rantai pasok pertama petani menjual buah naga dengan harga Rp.1125 kepada tengkulak, kemudian tengkulak menjual buah naga dari petani kepada PBD dengan harga Rp.1500 terdapat margin antara petani dengan tengkulak sebesar Rp.375, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh tengkulak. PBD menjual buah naga kepada pedagang kecil dengan harga Rp.2000 terdapat margin antara tengkulak dengan pedagang kecil sebesar Rp.500, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.2500 terdapat margin antara PBD dengan pedagang kecil sebesar Rp.500, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok pertama nilai rantai terbesar didapat oleh PBD (Pedagang besar daerah) dan pedagang kecil dengan margin sebesar Rp.500.

Pada saluran rantai pasok kedua petani langsung menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.1250. Harga buah naga dari petani pada saluran kedua berbeda dengan harga buah naga dari petani pada saluran rantai pasok pertama, dikarenakan petani harus mengeluarkan biaya tambahan untuk memanen buah naga dari ladang sedangkan pada saluran pertama yang memanen buah naga dari ladang bukan petani namun tengkulak/pengepul. Pada saluran rantai pasok ketiga harga yang dibayar konsumen akhir sama dengan harga yang dijual oleh petani. Hal ini sama-sama menguntungkan kedua belah pihak.

Pada saluran rantai pasok ketiga petani menjual buah naga dengan harga Rp.1250 kepada PBD. Harga jual buah naga dari petani pada saluran keempat berbeda dengan harga buah naga dari petani pada saluran rantai pasok pertama, dikarenakan petani harus mengeluarkan biaya tambahan untuk memanen buah naga dari ladang sedangkan pada saluran pertama yang memanen buah naga dari ladang bukan petani namun tengkulak/pengepul. PBD menjual buah naga dari petani kepada pedagang kecil dengan harga Rp.2000 terdapat margin antara petani dengan PBD sebesar Rp.750 hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh PBD. Pedagang kecil menjual buah naga kepada konsumen akhir dengan harga Rp.2500 terdapat margin antara PBD dengan pedagang kecil sebesar Rp.500, hal ini untuk memenuhi biaya operasional dan keuntungan yang diinginkan oleh

pedagang kecil. Pada saluran rantai pasok keempat nilai rantai terbesar didapat oleh PBD dengan margin sebesar Rp.750.

B. Kinerja Rantai Pasokan Buah Naga

Kinerja rantai pasok merupakan salah satu ukuran dari sebuah proses bisnis yang melibatkan para anggota rantai pasok. Pengukuran kinerja untuk menggunakan pendekatan analisis margin pemasaran, analisis *Farmer's share* dan analisis rasio keuntungan dan biaya.

1. Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui perbedaan pendapatan yang diterima oleh masing-masing anggota rantai pasok dalam mengalirkan produk hingga ke tangan konsumen serta untuk mengetahui perbedaan harga produk yang diterima konsumen serta produsen. Besarnya biaya total margin pemasaran diperoleh dari jumlah margin pemasaran pada setiap anggota rantai pasok. Margin pemasaran setiap anggota rantai pasok ialah selisih dari harga jual produk dengan harga beli produk. Margin pemasaran juga mencerminkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap anggota rantai pasok dan keuntungan yang akan didapat oleh para anggota rantai pasok sebagai balas jasa atas kontribusi yang telah diberikan, biasanya besarnya berbeda-beda tergantung kegiatan atau fungsi yang dilakukan oleh anggota rantai pasok.

2. Analisis *Farmer's Share*

Analisis *Farmer's Share* merupakan indikator untuk mengukur besarnya bagian yang diterima petani terhadap harga jual akhir pada sebuah rantai pasok. Nilai *Farmer's Share* yang semakin besar mencerminkan rantai pasok yang semakin efisien. Nilai *Farmer's Share* kebalikan dengan nilai margin pemasaran, semakin besar nilai *Farmer's Share* maka nilai margin pemasaran akan lebih kecil.

3. Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya

Rasio keuntungan dan biaya digunakan untuk menganalisis keuntungan yang didapatkan dari biaya yang dikeluarkan pada suatu kegiatan usaha. Analisis keuntungan dan biaya juga dapat melihat perbandingan besaran biaya dan keuntungan yang didapatkan pada masing-masing anggota rantai pasok.

Berikut ini rekapitulasi nilai margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio b/c rantai pasok buah naga di Kabupaten Banyuwangi.

Tabel 5.2

Analisis Margin Pemasaran, *Farmer's Share* dan Rasio B/C Rantai Pasok Buah Naga Di Kabupaten Banyuwangi Grade A

Pelaku	Saluran				
	1	2	3	4	5
Petani					
Harga Jual (Rp/Kg)	4500	4500	5000	5000	5000
Tengkulak/Pengepul					
Harga Beli (Rp/Kg)	4500	4500			
Harga Jual (Rp/Kg)	5500	5500			
Biaya (Rp/Kg)	500	500			
Keuntungan (Rp/Kg)	500	500			
Margin (Rp/Kg)	1000	1000			
Rasio B/C	1	1			
Pedagang Besar Daerah					
Harga Beli (Rp/Kg)	5500	5500		5000	5000
Harga Jual (Rp/Kg)	7000	7000		7000	7000
Biaya (Rp/Kg)	500	750		500	750
Keuntungan (Rp/Kg)	1000	750		1500	1250
Margin (Rp/Kg)	1500	1500		2000	2000
Rasio B/C	2	1		1	1,67
Pedagang Besar Kota					
Harga Beli (Rp/Kg)		7000			7000
Harga Jual (Rp/Kg)		8000			8000
Biaya (Rp/Kg)		500			500
Keuntungan (Rp/Kg)		500			500
Margin (Rp/Kg)		1000			1000
Rasio B/C		1			1
Pedagang Kecil					
Harga Beli (Rp/Kg)	7000	8000		7000	8000
Harga Jual (Rp/Kg)	8000	10000		8000	10000
Biaya (Rp/Kg)	500	500		500	500
Keuntungan (Rp/Kg)	500	1500		500	1500
Margin (Rp/Kg)	1000	2000		1000	2000
Rasio B/C	1	3		1	3
Konsumen Akhir	8000	10000	5000	8000	10000
Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	1500	2250		1000	1750
Total Keuntungan (Rp/Kg)	2000	3250		2000	3250
Rasio B/C	1,33	1,44		2	1,85
Total Margin (Rp/Kg)	3500	5500		3000	5000
Farmer's Share (%)	56,25	45	100	62,5	50

Sumber : Data primer (diolah)

Grade buah naga dalam rantai pasok ditentukan oleh tengkulak maupun pedagang besar dengan standar yang sama. Berdasarkan kesepakatan seluruh anggota rantai pasok grade A buah naga didefinisikan dengan buah naga yang beratnya lebih dari 6 ons dengan kualitas buah yang super. Harga buah naga grade A memperoleh harga jual tertinggi. Harga rata-ratanya mencapai Rp. 8000 – 10000 per kilogram. Buah naga dengan grade A yang paling banyak mengalir dalam rantai pasokan buah naga.

Pada penelitian ini cakupan wilayah rantai pasok dipengaruhi oleh panjang pendek rantai pasok. Semakin panjang rantai pasok maka cakupan wilayahnya semakin luas. Biaya rantai pemasaran tertinggi didapatkan pada saluran 2 yakni sebesar Rp. 2250 per kilogram. Artinya, saluran ini secara struktur biaya kurang efisien jika dibandingkan dengan lainnya. Sedangkan biaya terendah Rp.1000 per kilogram didapat pada saluran 4. Hal tersebut wajar terjadi karena didasarkan pada cakupan wilayah pasok buah naga didalam rantai pasok.

Apabila dilihat dari segi margin pemasaran maka dapat dilihat bahwa margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 2 yakni sebesar Rp. 5500 per kilogram. Sedangkan margin pemasaran terendah terdapat pada saluran 4 yakni sebesar Rp. 3000. Dan saluran 1 dan 5 masing-masing sebesar Rp. 3500 dan Rp. 5000. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi dengan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh. Dalam penelitian ini biaya dan keuntungan saluran 4 merupakan yang paling kecil dibandingkan saluran lainnya. Total keuntungan tertinggi diperoleh saluran 2

dan 5 yakni sebesar Rp. 3250 per kilogram. Sedangkan, keuntungan terendah diperoleh oleh saluran 1 dan 4 sebesar Rp. 2000 per kilogram. Meskipun harga beli buah naga tengkulak dari petani lebih murah jika dibandingkan pedagang besar langsung membeli dari petani hal tersebut tidak mempengaruhi keuntungan, karena keuntungan dipengaruhi seberapa besar biaya yang dikeluarkan serta kondisi rantai pasok.

Rasio B/C tertinggi diperoleh saluran 4 yakni sebesar 2. Sedangkan Rasio B/C terendah diperoleh oleh saluran 1 yakni 1,33. Artinya meskipun keuntungan pada saluran 4 lebih kecil dibandingkan saluran 2 dan 5 namun pada saluran 4 biaya yang dikeluarkan relatif kecil. sedangkan pada saluran 2 dan 5 biaya yang dikeluarkan lebih besar jika dibandingkan dengan saluran 4. Dan pada saluran 1 biaya dan keuntungan dirasa kurang sesuai. Analisis *farmer's share* menunjukkan bagian yang didapat petani terhadap konsumen akhir. *Farmer's share* tertinggi didapatkan pada saluran 3 yakni sebesar 100 % artinya rantai pasok pada saluran 3 efisien. Sedangkan *farmer's share* terendah diperoleh saluran 2 yakni sebesar 45 % artinya rantai pasok pada saluran 2 kurang efisien. Sedangkan saluran 1, 4 dan 5 diperoleh *farmer's share* 56,25 %, 62,5 % dan 50 % yang artinya pada saluran 1, 4 dan 5 efisien dikarenakan jika *farmer's share* lebih dari 50 % maka saluran rantai pasok tersebut dikatakan efisien.

Tabel 5.3

Analisis Margin Pemasaran, *Farmer's Share* dan Rasio B/C Rantai Pasok Buah Naga Di Kabupaten Banyuwangi Grade B

Pelaku	Saluran				
	1	2	3	4	5
Petani					
Harga Jual (Rp/Kg)	2250	2250	2500	2500	2500
Tengkulak/Pengepul					
Harga Beli (Rp/Kg)	2250	2250			
Harga Jual (Rp/Kg)	3000	3000			
Biaya (Rp/Kg)	500	500			
Keuntungan (Rp/Kg)	250	250			
Margin (Rp/Kg)	750	750			
Rasio B/C	0,5	0,5			
Pedagang Besar Daerah					
Harga Beli (Rp/Kg)	3000	3000		2500	2500
Harga Jual (Rp/Kg)	4000	4000		4000	4000
Biaya (Rp/Kg)	500	750		500	750
Keuntungan (Rp/Kg)	500	250		1000	750
Margin (Rp/Kg)	1000	1000		1500	1500
Rasio B/C	1	0,33		2	1
Pedagang Besar Kota					
Harga Beli (Rp/Kg)		4000			4000
Harga Jual (Rp/Kg)		5000			5000
Biaya (Rp/Kg)		500			500
Keuntungan (Rp/Kg)		500			500
Margin (Rp/Kg)		1000			1000
Rasio B/C		1			1
Pedagang Kecil					
Harga Beli (Rp/Kg)	4000	5000		4000	5000
Harga Jual (Rp/Kg)	5000	6000		5000	6000
Biaya (Rp/Kg)	500	500		500	500
Keuntungan (Rp/Kg)	500	500		500	500
Margin (Rp/Kg)	1000	1000		1000	1000
Rasio B/C	1	1		1	1
Konsumen Akhir	5000	6000	2500	5000	6000
Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	1500	2250		1000	1750
Total Keuntungan (Rp/Kg)	1250	1500		1500	1750
Rasio B/C	0,83	0,66		1,5	1
Total Margin (Rp/Kg)	2750	3750		2500	3500
Farmer's Share (%)	45	37,5	100	55	45,83

Sumber : Data Primer (diolah)

Berdasarkan kesepakatan antar anggota rantai pasok buah naga grade B didefinisikan dengan buah naga yang beratnya lebih dari 3 - 6 ons dengan kualitas buah yang standar. Harga buah naga grade B memperoleh harga jual tertinggi. Harga rata-ratanya mencapai 5000 – 6000 per kilogram. Buah naga grade B dialirakan sama dengan buah naga grade A.

Sama halnya dengan rantai pasok buah naga grade A, biaya rantai pemasarannya sama dengan biaya rantai pemasaran grade A. Biaya rantai pemasaran tertinggi didapatkan pada saluran 2 yakni sebesar Rp. 2250 per kilogram. Artinya, saluran ini secara struktur biaya kurang efisien jika dibandingkan dengan lainnya. Sedangkan biaya terendah Rp.1000 per kilogram didapat pada saluran 4. Hal tersebut wajar terjadi karena didasarkan pada cakupan wilayah pasok buah naga didalam rantai pasok.

Apabila dilihat dari segi margin pemasaran maka dapat dilihat bahwa margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 2 yakni sebesar Rp. 3750 per kilogram. Sedangkan margin pemasaran terendah terdapat pada saluran 4 yakni sebesar Rp. 2500. Dan saluran 1 dan 5 masing-masing sebesar Rp. 2750 dan Rp. 3500. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi dengan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh. Dalam penelitian ini biaya dan keuntungan saluran 4 merupakan yang paling kecil dibandingkan saluran lainnya.

Total keuntungan tertinggi diperoleh saluran 5 yakni sebesar Rp. 1750 per kilogram. Sedangkan, keuntungan terendah diperoleh oleh saluran 1

sebesar Rp. 1250 per kilogram. Meskipun harga beli buah naga tengkulak dari petani lebih murah jika dibandingkan pedagang besar langsung membeli dari petani hal tersebut tidak mempengaruhi keuntungan, karena keuntungan dipengaruhi seberapa besar biaya yang dikeluarkan serta kondisi rantai pasok.

Rasio B/C tertinggi diperoleh saluran 4 yakni sebesar 1,5. Sedangkan Rasio B/C terendah diperoleh oleh saluran 2 yakni 0,66. Artinya meskipun keuntungan pada saluran 4 sama dengan saluran 2 namun pada saluran 4 biaya yang dikeluarkan relatif kecil dibandingkan dengan saluran 2. Analisis *farmer's share* menunjukkan bagian yang didapat petani terhadap konsumen akhir. *Farmer's share* tertinggi didapatkan pada saluran 3 yakni sebesar 100 % artinya rantai pasok pada saluran 3 efisien. Sedangkan *farmer's share* terendah diperoleh saluran 2 yakni sebesar 37,5 % artinya rantai pasok pada saluran 2 tidak efisien. Sedangkan saluran 1 dan 5 diperoleh *farmer's share* 45 % dan 45,83 % yang artinya pada saluran 1 dan 5 tidak efisien dikarenakan jika *farmer's share* kurang dari 50 % maka saluran rantai pasok tersebut dikatakan tidak efisien. Saluran 4 diperoleh *farmer's share* 55 % artinya saluran 4 efisien dikarenakan lebih dari 50 %.

Tabel 5.4

Analisis Margin Pemasaran, *Farmer's Share* dan Rasio B/C Rantai Pasok Buah Naga Di Kabupaten Banyuwangi Grade C

Pelaku	Saluran		
	1	2	3
Petani			
Harga Jual (Rp/Kg)	1125	1250	1250
Tengkulak/Pengepul			
Harga Beli (Rp/Kg)	1125		
Harga Jual (Rp/Kg)	1500		
Biaya (Rp/Kg)	250		
Keuntungan (Rp/Kg)	125		
Margin (Rp/Kg)	375		
Rasio B/C	0,5		
Pedagang Besar Daerah			
Harga Beli (Rp/Kg)	1500		1250
Harga Jual (Rp/Kg)	2000		2000
Biaya (Rp/Kg)	250		250
Keuntungan (Rp/Kg)	250		500
Margin (Rp/Kg)	500		750
Rasio B/C	1		2
Pedagang Besar Kota			
Harga Beli (Rp/Kg)			
Harga Jual (Rp/Kg)			
Biaya (Rp/Kg)			
Keuntungan (Rp/Kg)			
Margin (Rp/Kg)			
Pedagang Kecil			
Harga Beli (Rp/Kg)	2000		2000
Harga Jual (Rp/Kg)	2500		2500
Biaya (Rp/Kg)	250		250
Keuntungan (Rp/Kg)	250		250
Margin (Rp/Kg)	500		500
Rasio B/C	1		1
Konsumen Akhir	2500	1250	2500
Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	750		500
Total Keuntungan (Rp/Kg)	625		750
Rasio B/C	0,83		1,5
Total Margin (Rp/Kg)	1375		1250
Farmer's Share (%)	45	100	50

Sumber : Data primer (diolah)

Berdasarkan kesepakatan antar anggota rantai pasok buah naga grade C didefinisikan dengan buah naga yang beratnya kurang dari 3 ons dengan kualitas buah yang standar, dan harga per kilogram rata-rata Rp.1125 – Rp.1250. Dalam struktur saluran rantai pasok buah naga grade C berbeda dengan buah naga grade A maupun grade B, dikarenakan hanya mempunyai 3 saluran rantai pasok. Biasanya buah naga grade C dijual disekitar wilayah Kabupaten Banyuwangi saja.

Biaya rantai pemasaran grade C lebih murah dibandingkan grade A dan grade B. Biaya rantai pemasaran tertinggi grade C didapatkan pada saluran 1 yakni sebesar Rp. 750 per kilogram. Artinya, saluran ini secara struktur biaya kurang efisien jika dibandingkan dengan lainnya. Sedangkan biaya terendah didapat pada saluran 2 karena tidak membutuhkan biaya pemasaran dalam menjual, dikarenakan petani langsung menjual buah naga kepada konsumen.

Apabila dilihat dari segi margin pemasaran maka dapat dilihat bahwa margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 1 yakni sebesar Rp. 1375 per kilogram. Sedangkan pada saluran kedua tidak terdapat margin pemasaran. Sedangkan saluran 3 yakni sebesar Rp. 1250. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi dengan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh.

Total keuntungan tertinggi diperoleh saluran 3 yakni sebesar Rp. 750 per kilogram. Sedangkan, pada saluran 1 keuntungan sebesar Rp. 500 per

kilogram. Meskipun harga beli buah naga tengkulak dari petani lebih murah jika dibandingkan pedagang besar langsung membeli dari petani hal tersebut tidak mempengaruhi keuntungan, karena keuntungan dipengaruhi seberapa besar biaya yang dikeluarkan serta kondisi rantai pasok.

Rasio B/C tertinggi diperoleh saluran 3 yakni sebesar 1,5. Sedangkan Rasio B/C pada saluran 1 yakni 0,83. Meskipun dengan biaya lebih kecil keuntungan pada saluran 3 lebih tinggi dibandingkan dengan saluran 1. Analisis *farmer's share* menunjukkan bagian yang didapat petani terhadap konsumen akhir. *Farmer's share* tertinggi didapatkan pada saluran 2 yakni sebesar 100% artinya rantai pasok pada saluran 2 efisien petani dengan konsumen sama-sama diuntungkan. Sedangkan *farmer's share* terendah diperoleh saluran 1 yakni sebesar 45 % artinya rantai pasok pada saluran 1 tidak efisien. Saluran 1 diperoleh *farmer's share* 45 % yang artinya pada saluran 1 tidak efisien dikarenakan jika *farmer's share* kurang dari 50 % maka saluran rantai pasok tersebut dikatakan tidak efisien.. Saluran 3 diperoleh *farmer's share* 50 % artinya saluran 3 efisien dikarenakan lebih dari 50 %.

C. Evaluasi Rantai Pasok

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, pada rantai pasok buah naga di Kabupaten Banyuwangi sebagian saluran rantai pasok tidak efisien. Sistem jual beli yang terjadi berupa sistem pasar bebas, harga ditentukan oleh keadaan pasar (Fluktuatif). Sebaran margin, *farmer's share* dan rasio b/c setiap anggota sangat tidak merata. Harga yang diterima oleh

anggota rantai pasok cenderung tidak stabil dikarenakan mengikuti sistem pasar bebas. Kontrak kerjasama yang dilakukan oleh anggota dalam rantai pasok masih perlu untuk ditingkatkan lagi agar membentuk suatu jejaring rantai pasok yang lebih efisien dan saling menguntungkan antar setiap anggota rantai pasok.

Penggerak dalam rantai pasok ini masih didominasi oleh tengkulak dan pedagang besar daerah ataupun pedagang beras kota. Dikarenakan penggerak dalam rantai pasok ini yang bertugas mengatur terjalinnya kerjasama yang dapat meningkatkan efisiensi rantai pasok, seperti misalnya pengaturan kontrak kesepakatan harga, kuantitas, dan kualitas buah naga serta konsep pemilihan mitra yang akan diberlakukan.

Pada analisis sasaran rantai dalam penelitian ini, jangkauan sasaran pasar buah naga diluar negeri masih belum begitu luas dan sistem pasokannya belum dilakukan mandiri oleh anggota rantai pasok buah naga Banyuwangi. Para anggota rantai pasok yang berada di Banyuwangi jika ingin mengeksport produk buah naga harus meng-hub produknya ke kota besar seperti Jakarta, Medan dan kota besar lainnya, sehingga terjadi ketidak efisienan dalam rantai pasok. Selain itu, struktur rantai pasokan semakin panjang yang mengakibatkan harga buah naga semakin mahal karena biaya yang dikeluarkan menjadi *double* yang mengakibatkan buah naga Banyuwangi tidak dapat bersaing dengan buah naga pesaingannya yakni dari Thailand yang mana harga relatif lebih murah. Sasaran pengembangan terkait peningkatan produktivitas buah naga yang masih sangat sederhana

dibandingkan dengan negara pesaingnya. Buah naga Banyuwangi memang sudah dapat berbuah sepanjang tahun namun produktivitasn diluar musim buah biasanya sangat kecil yang berimbas terhadap harga buah yang relatif mahal.

Pada analisis struktur rantai dalam penelitian ini, terbentuk lima saluran rantai pasok yang masing-masing mewakili jangkauan pasokannya. Dalam struktur rantai proporsi pemilihan tipe saluran yang dilakukan oleh anggota rantai pasok belum terjadi secara merata. Dalam penelitian ini, Saluran tipe 2 yang paling banyak digunakan oleh anggota rantai pasok, padahal saluran rantai yang lain juga memerlukan anggota rantai pasok yang sama besarnya dengan saluran tipe 2 untuk memenuhi permintaan konsumen akhir.

Pada analisis manajemen rantai dalam penelitian ini, pemilihan mitra dalam manajemen rantai pasok sangat penting diperhatikan karena jika mitra kerjasama tidak sesuai dengan kriteria rantai pasok yang diinginkan maka akan menghambat berjalan aktivitas rantai pasok. Dalam kesepakatan kontrak sebagian anggota rantai pasok masih menggunakan sistem informal sehingga jika terjadi masalah dikemudian hari akan sangat sulit untuk diajukan gugatan atas kerugian yang diterima. Sistem transaksi yang digunakan oleh tengkulak, PBD dan PBK yang secara non tunai biasanya banyak terjadi masalah seperti salah satu dari anggota rantai pasok yang sering melakukan penundaan pembayaran yang berakibat kepada modal anggota lain berkurang untuk menjalankan aktifitas rantai pasok terlebih lagi jika permodalan dari salah

satu anggota hanya sebatas cukup maka akan sangat menghambat rantai pasok karena anggota rantai pasok tersebut tidak dapat menjalankan aktifitas sebelum menerima pembayaran atas produk yang dijualnya. Dukungan pemerintah belum banyak dirasakan oleh seluruh anggota rantai pasok. Hal yang paling dibutuhkan oleh seluruh anggota rantai pasok yakni harga yang stabil, ketidak tentuan harga yang membuat seluruh anggota rantai pasok cemas. Kolaborasi atau koordinasi dalam penelitian ini masih belum terjalin secara intensif masih banyak informasi-informasi yang belum merata ke seluruh anggota rantai pasok.

Pada analisis sumber daya rantai dalam penelitian ini, terkait dengan sumber daya fisik akses jalan masih menjadi masalah utama, biasanya petani atau tengkulak menanggung biaya besar untuk dapat mengangkut buah naga keluar dari lahan buah naga. Sumber daya teknologi yang digunakan oleh petani buah naga masih sangat sederhana dalam meningkatkan produktivitas. Teknologi yang digunakan oleh petani saat ini belum menjamin 100 % dalam meningkatkan produksi buah naga. Sumber daya manusia dalam rantai pasok ini sangat perlu peningkatan untuk menciptakan kelancaran rantai pasok. Sumber daya modal yang dimiliki oleh sebagian rantai pasok bersumber dari modal pribadi sehingga modal yang dimiliki tidak terlalu kuat. Dan sebagian sumber daya modal berasal dari pinjaman lembaga keuangan, jika kondisi rantai pasok tidak lancar seperti misalnya harga buah naga yang cenderung naik turun, kondisi permintaan pasar yang tidak menentu, maka akan berpengaruh terhadap kelancaran pembayaran pinjaman modal yang

dilakukan oleh anggota rantai pasok yang memiliki pinjaman modal di lembaga keuangan.

Pada analisis proses bisnis rantai dalam penelitian ini, terkait pola distribusi yang dilakukan dalam rantai pasok ini menggambarkan aliran produk dari petani hingga konsumen akhir belum terintegrasi dengan baik di beberapa anggota rantai mungkin karena dipengaruhi oleh ada siklus yang belum pasti sehingga waktu pengiriman ataupun kouta yang dikirim tidak dapat diprediksi dengan baik. Aliran finansial dari konsumen akhir hingga petani yang sering tidak lancar terjadi di aliran pedagang besar dan tengkulak karena mungkin kouta dan pembayarannya yang terlalu besar sering kali terjadi keterlambatan aliran finansial. Aliran informasi yang sangat krusial di dalam rantai pasok ini ialah terkait harga, harga sering kali berubah secara tiba-tiba yang mengakibatkan kerugian di sebagian anggota rantai pasok bahkan juga seluruh rantai pasok. Informasi tentang harga masih sangat tidak merata keseluruh anggota rantai pasok. Terkait dengan anggota rantai pendukung informasi harga alat dan bahan baku masih menjadi probelum utama, seperti misalnya petani memerlukan pupuk dan pestisida yang harga sering berubah-ubah. Dan terkait dengan resiko dan trust building, seluruh anggota memiliki resiko yang sebenarnya saling berketerkaitan satu dengan lainnya, jika salah satu anggota rantai pasok memiliki masalah maka secara tidak langsung akan mempengaruhi anggota rantai pasok lainnya.

Pada analisis nilai rantai sebaran margin yang diperoleh setiap anggota rantai pasok pada ketiga grade buah naga belum merata. Pada ketiga

grade tersebut rata-rata PBD dan pedagang kecil lah yang memiliki margin yang paling besar diantara anggota rantai pasok lainnya. Pada rantai pasok tersebut terlihat tidak sling menguntungkan satu anggota dengan anggota lainnya.

Analisis kinerja rantai pasok merupakan salah satu ukuran dari sebuah proses bisnis yang melibatkan para anggota rantai pasok. Pengukuran kinerja untuk menggunakan pendekatan analisis margin pemasaran, analisis *Farmer's share* dan analisis rasio keuntungan dan biaya. Pengukuran kinerja rantai pasok dilakukan untuk mengukur kesuksesan suatu rantai pasok. Akan tetapi, dalam analisis kinerja rantai tidak selalu identik dengan finansial yang dikeluarkan dan finansial yang diterima melainkan juga aspek finansialnya seperti nilai sosial dan lingkungannya. Sehingga efisien tidaknya suatu rantai pasok tidak hanya dilihat besar kecilnya biaya dikeluarkan dan keuntungan yang diterima akan tetapi dilihat juga dari beberapa aspek yakni seperti besar kecilnya nilai margin pemasaran, nilai *Farmer's share* dan nilai rasio keuntungan dan biaya setiap saluran rantai pasok selain itu juga dilihat dari panjang pendeknya rantai yang terbentuk dalam saluran tersebut. Pada analisis nilai rantai pasok margin yang diterima oleh masing-masing anggota rantai pasok tidak merata.