

ABSTRAK

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang menjadi pusat perhatian dalam pembangunan Nasional, khususnya yang berhubungan dengan pengelolaan pemanfaatan hasil-hasil strategis harus diarahkan pada pengelolaan setiap komoditi. Pengelolaan dan pemanfaatan hasil produk pertanian diharapkan dapat dilakukan secara lebih terencana dan berkelanjutan dengan pemanfaatan optimum serta dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat. Salah satu komoditas unggulan di Indonesia yaitu jambu mente (*Anacardium occidentale*) yang merupakan tanaman serba guna sebagai sumber pendapatan masyarakat. Pasar lokal mente memiliki sejumlah keunggulan pada tingkat margin yang diterima oleh para petani lokal. Selain itu persyaratan pasar lokal yang tidak serumit pasar internasional, misalnya biji kacang mente yang pecah dan tersisa setengah tetap dapat dijual dengan harga diskon yang lebih rendah dibandingkan jika menjualnya di pasar internasional. Jambu mente memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap sub sektor perkebunan di Kabupaten Sumenep, namun pada kenyataannya tingkat pendapatan petani jambu mente produsen relatif rendah, hal tersebut akan menjadi masalah tata niaga yang kurang menguntungkan bagi para petani. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tentang bentuk tataniaga mente dari perspektif struktur pasar, pola saluran tata niaga, margin pemasaran, pembagian laba per unit masing-masing pelaku tata niaga dari total laba per unit (*profit sharing*).

Kata kunci : Mente, Sstem Tata Niaga, Struktur Pasar

ABSTRACT

*The agricultural sector is one of the sector that becomes the attention center in the National Development, especially related to management and utilization of the results of the strategy should be directed to the management of each commodity. Management and utilization of agricultural products are expected to do to be better planned and sustainable with optimum utilization and can be enjoyed by the whole community. One of the leading commodity in Indonesia, namely cashew (*Anacardium occidentale*) which is a versatile plant as a source of public revenue. Cashew local market has a number of advantages at the level of the margin which is received by local farmers. On the other hand, the requirements of the local market is not as complicated as international markets, such as cashew nuts seeds that were broken and the remaining half can still be sold at a lower discount than if sold in the international market. Cashew provide a substantial contribution to the plantation sub-sector in Sumenep, but in fact the income level of cashew farmers producers is relatively low, it would be a problem less favorable trade system for farmers. So that researchers interested in studying about the shape of cashew business administration from the perspective of market structure, the pattern of the commerce channels, marketing margins, profits per unit of each offender trade system of total earnings per unit (profit sharing).*

Keywords: Cashew, Commerce, Market System

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pengesahan Ujian Skrips	iii
Riwayat Hidup	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambari	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori	9
2.1.1 Struktur Pasar	9
2.1.1.1 Pasar Persaingan Sempurna	9
2.1.1.2 Pasar Monopoli	12
2.1.1.3 Pasar Monopolistik	14
2.1.1.4 Pasar Oligopoli	18
2.1.1.5 Pasar Monopsoni	20
2.1.1.6 Pasar Oligopsoni	23
2.1.2 SistemTataniaga	24
2.1.3 SaluranTataniaga	26

2.1.4 Margin Tataniaga.....	28
2.1.5 Pembagian Laba Antar Pelaku Tataniaga.....	29
2.2 PenelitianTerdahulu.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Tempat Penelitian.....	36
3.2 Prosedur Penelitian.....	36
3.3 Jenis Data.....	37
3.4 Teknik Analisis Data.....	37
3.4.1 Analisis Struktur Pasar Mente.....	37
3.4.2 Margin Pemasaran.....	38
3.4.3 Pembagian Laba Antar Pelaku Tataniaga.....	39
3.4.4 Analisis Keseimbangan Pasar.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	40
4.1.1 Keadaan Peduduk.....	40
4.1.2 Jumlah Produsen Jambu Mente.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Analisis Struktur Pasar.....	43
4.2.2 Saluran Distribusi Tataniaga Jambu Mente.....	50
4.2.3 Margin Tataniaga.....	58
4.2.3.1 Penentuan Harga Berdasarkan Petani.....	59
4.2.3.2 Penentuan Harga Di Tingkat Pengepul Kecil.....	60
4.2.3.3 Penentuan Harga Di Tingkat Pengepul Besar.....	61
4.2.3.4 Penentuan Harga Di tingkat Industri Pengolahan.....	62
4.2.3.5 PenentuanHarga Di Tingkat Pengecer.....	63
4.2.4 Keseimbangan Pasar Jambu Mente.....	64
4.2.5 Pembagian Laba (<i>profit sharing</i>).....	66

4.3 PEMBAHASAN	71
4.3.1 Struktur Pasar	71
4.3.2 Bentuk Pola Saluran Tataniaga	79
4.3.3 Margin Tataniaga	82
4.3.4 Pembagian Laba Antar Pelaku Tataniaga Jambu Mente	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	87
BAB VI DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Volume dan Nilai Ekspor – Impor Jambu Mete Tahun 1975 – 2013.....	2
Tabel 1.2 Luas Areal Mente (<i>Anacardium occidentale L</i>) di Indonesia.....	3
Tabel 1.3 Perkembangan Areal dan Produksi Komoditi Mente di Jawa Timur Dalam Kurun Waktu 2010 – 2014.....	4
Tabel 1.3 Sepuluh Daerah Penghasil Mente Terbesar Provinsi Jawa Timur pada Tahun 2010–2013.....	5
Tabel 1.4 Produksi, Produktivitas, dan Luas Areal Perkebunan Mente Menurut Kecamatan di Kabupaten Sumenep 2014.....	6
Table 2.3 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Struktur Pasar.....	38
Tabel 4.1 Rasio Jenis Kelamin (<i>Sex Ratio</i>) Menurut Desa 2014.....	41
Table 4.2 Bayaknya Rumah Tangga Sektor Pertanian Menurut Desa dan Lapangan Usaha Utama 2015.....	42
Tabel 4.3 Struktur Pasar produsen dengan pengepul kecil.....	46
Tabel 4.4 Struktur Pasar Pengepul Kecil Dengan Pengepul Besar.....	47
Tabel 4.5 Struktur Pasar Pengepul Besar dengan Industri Pengolahan.....	48
Tabel 4.6 Struktur Pasar Industri Pengolahan dengan Pengecer.....	49
Tabel 4.7 Struktur Pasar Pengecer dengan Konsumen Akhir.....	50
Tabel 4.8 Jumlah Pelaku Tataniaga Mente.....	52
Tabel 4.9 Analisis Penentuan Harga Mente Di Tingkat Produsen (Petani) Per Kg di Jual ke Pengepul Kecil.....	58
Tabel 4.10 Analisis Biaya Pengepul Kecil.....	59
Tabel 4.11 Analisis Biaya Pengepul Besar.....	60
Tabel 4.12 Analisis Biaya Variabel Industri Pengolahan.....	61
Tabel 4.13 Analisis Biaya Pengecer Mente.....	62

Tabel 4.14 Besar Laba Pelaku Tataniaga.....	62
Tabel 4.15 Margin Pemasaran.....	63
Tabel 4.16 Pembagian Laba Antar Pelaku Tata Niaga per <i>Kg</i>	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kurva Persaingan Sempurna.....	11
Gambar 2.2 Kurva Monopoli.....	14
Gambar 2.3 Kurva Monopolistik.....	17
Gambar 2.4 Kurva Oligopoli.....	19
Gambar 2.5 Kurva Monopsoni.....	22
Gambar 2.6 Pola Umum Saluran Tataniaga Produk - Produk Pertanian Di Indonesia.....	28
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Sumenep.....	40
Gambar 4.2 Jalur Distribusi Tataniaga Mente.....	52
Gambar 4.3 Jalur Distribusi Tataniaga Pola I.....	54
Gambar 4.4 Jalur Distribusi Tataniaga Pola II.....	57
Gambar 4.5 Keseimbangan Pasar Mente.....	64
Gambar 4.6 Diagram Pembagian Laba Tataniaga Mente.....	69