

ANALISIS DISTRIBUSI SALURAN PEMASARAN PUPUK BERSUBSIDI DI PT. GRESIK CIPTA SEJAHTERAH

Priko Andrian¹, Leni Handayani², Sugiar³

Fakultas Pertanian, Agribisnis Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah¹⁾

Fakultas Pertanian, Agribisnis Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah²⁾

Fakultas Pertanian, Agribisnis Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah³⁾

prikoandrian@umnaw.ac.id

ABSTRAK

Pupuk sebagai salah satu komponen penunjang pada sektor pertanian mempunyai peran yang sangat penting bagi peningkatan usahatani di Indonesia, hal ini karena petani telah menyadari peran pupuk pada hasil pertanian. Ketergantungan terhadap pupuk semakin besar ketika pemerintah berhasil melaksanakan program pembangunan pertanian melalui swasembada pangan, terutama mengenai usaha intensifikasi. Kebutuhan akan produksi pertanian yang terus meningkat seiring dengan meningkatnya laju pertumbuhan penduduk, mengakibatkan kebutuhan akan pupuk juga semakin meningkat. Keadaan ini membuat para produsen pupuk harus memproduksi secara optimal dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Fokus penelitian ini adalah bagaimana Distribusi Saluran Pemasaran Pupuk Bersubsidi Pada PT. Gresik Cipta Sejahterah Desa Sigambal Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu sehingga dapat membantu petani dalam hal penyediaan pupuk sesuai dengan keperluan petani. Metode deskriptif yang digunakan yaitu dengan melihat distribusi saluran pemasaran pupuk bersubsidi yang ada di daerah penelitian. Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa saluran distribusi pupuk bersubsidi ada di daerah penelitian tidak berdasarkan SK Menperindak No. 17/M-DAG/PER/6/2011 yang dimulai dari : Produsen ke Distributor kemudian ke Pengecer Resmi lalu ke Petani. Saluran distribusi pupuk bersubsidi yang ada di daerah penelitian: Produsen ke Distributor kemudian ke Pengecer Resmi selanjutnya ke Pengecer Binaan lalu ke Petani. Lembaga distributor merupakan saluran pemasaran yang tidak efisien karna memiliki margin tataniaga yang tinggi di bandingkan lembaga tataniaga pengecer resmi dan pengecer binaan, sedangkan margin pemasaran terkecil di keluarkan oleh lembaga pengecer binaan sedangkan nilai share margin terbesar terdapat pada pengecer binaan, kemudian pengecer kios resmi dan yang paling rendah adalah distributor

Kata Kunci : Pemasaran, Pupuk Bersubsidi, PT Gresik

ABSTRACT

Fertilizer as one of the supporting components in the agricultural sector has a very important role for increasing farming in Indonesia, this is because farmers have realized the role of fertilizer in agricultural products. Dependence on fertilizers is getting bigger when the government is successful in implementing agricultural development programs through food self-sufficiency, especially regarding intensification efforts. The need for agricultural production continues to increase along with the increasing rate of population growth, resulting in an increasing need for fertilizers. This situation makes fertilizer producers have to produce optimally with the aim of meeting market needs. The focus of this research is how the distribution of subsidized fertilizer marketing channels at PT. Gresik Cipta Sejahterah, Sigambal Village, Rantau Selatan District, Labuhanbatu Regency so that it can help farmers in terms of providing fertilizer according to the needs of farmers. The descriptive method used is by looking at the distribution of subsidized fertilizer marketing channels in the research area. Based on the analysis conducted, the distribution channel of subsidized fertilizer in the research area is not based on the Decree of the Minister of Industry and Trade No. 17/M-DAG/PER/6/2011 starting from: Producers to Distributors then to Authorized Retailers and then to Farmers. Subsidized fertilizer distribution channels in the research area: Producers to Distributors then to Authorized Retailers then to Assisted Retailers and then to Farmers. The distributor agency is an inefficient marketing channel because it has a high margin of trade compared to the official retailer and the fostered retailer, while the smallest marketing margin is issued by the fostered retailer, while the largest share margin value is found in the fostered retailer, then the official kiosk retailer and the authorized retailer. lowest is distributor

Keywords: Marketing, Subsidized Fertilizer, PT Gresik

PENDAHULUAN

Dalam usaha pertanian, produksi diperoleh melalui suatu proses yang cukup panjang dan penuh resiko. panjangnya waktu yang dibutuhkan tidak sama tergantung pada jenis komoditas yang diusahakan. Tidak hanya waktu, kecukupan faktor produksi pun turut sebagai penentu pencapaian produksi. Dari segi waktu, usaha perkebunan membutuhkan periode yang lebih panjang dibandingkan dengan tanaman pangan dan sebagian tanaman hortikultura. Masing-masing jenis tanaman juga mempunyai periodisasi yang berbeda satu sama lain. Proses produksi baru bisa berjalan bila persyaratan yang dibutuhkan dapat dipenuhi, persyaratan ini lebih dikenal dengan faktor produksi. Faktor produksi terdiri dari empat komponen, yaitu tanah, modal, tenaga kerja, dan skill atau manajemen (Daniel, 2002).

Dewasa ini pemasaran harus dipahami tidak dalam arti lama yaitu penjualan "bercerita dan menjual" tetapi dalam arti baru yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, dalam mengembangkan produk yang memberikan nilai superior, menetapkan harga, mendistribusikan serta mempromosikan secara efektif. Dalam arti sebenarnya pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan dengan nilai orang lain (Kotler, 1996).

Dampak kebijakan liberalisasi pasar pupuk memperpendek dan memperbanyak jalur distribusi pupuk, sehingga petani dapat membeli dari

berbagai Sumber dan relatif selalu tersedia dengan harga yang cenderung lebih murah (liham, 2001: Kariyasa dan Adnyana, 2001: dan Valeriana, 2001). Permasalahannya adalah kondisi pasar bebas mendorong persaingan yang ketat antar pelaku yang terlibat dalam kegiatan distribusi, sehingga asas efisiensi ditingkatkan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Akibatnya arah distribusi pupuk tidak lagi berdasarkan alokasi kebutuhan petani di setiap daerah pertanian padi sawah, melainkan lebih meningkatkan efisiensi pemasaran pupuk.

Perubahan arah distribusi pupuk tersebut menyebabkan munculnya kelangkaan pupuk urea di beberapa daerah, khususnya Jawa Barat pada akhir tahun 2000 dan awal tahun 2001 (Badan Litbang Pertanian, 2001). Kelangkaan ini menyebabkan naiknya harga pupuk, sehingga petani tidak menggunakan berbagai jenis pupuk pada tanaman padi sesuai rekomendasi. Walaupun bukan merupakan salah satu penyebab, penurunan penggunaan pupuk berakibat menurunkan produksi padi tahun 2001 sebesar 3,5 persen dan produksi tahun 2000 (BPS, 2001).

Kondisi ini mendorong pelaku pasar untuk mengeksport pupuk. Karena perbedaan harga merupakan penyebab terjadinya perdagangan antar negara (lokasi), dimana suatu produk akan mengalir dari daerah surplus ke daerah defisit sampai perbedaan harga mendekati biaya transfer (Purcell, 1979: Tomek dan Robinson, 1990).

Jika kegiatan ekspor terus berlanjut, dikhawatirkan produksi beras akan terganggu. Oleh karena itu pemerintah perlu menetapkan

kebijakan pengendalian distribusi pupuk urea.

Menurut Tjiptoherijanto (1997) sistem ekonomi yang tertumpu pada mekanisme pasar yang terkendali merupakan 'upaya untuk meningkatkan derajat ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Karena pemerintah juga mempunyai fungsi untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang diakibatkan oleh mekanisme pasar yang telah menyebatiyan ketidakadilan dalam pembagian pendapatan (Komaruddin, 1993)

Penelitian Rizky Alifia Windari, 2016 Hasil analisis sistem distribusi menunjukkan mekanisme distribusi yang dijalankan sesuai dengan SOP penyaluran pupuk bersubsidi. Jumlah penyaluran pupuk di Karawang sesuai dengan jumlah kebutuhan sehingga tidak menyebabkan peningkatan harga di atas HET. Namun, dalam beberapa kondisi pengecer menjual di atas HET karena pembelian eceran, pengantaran pupuk ke petani dan pembelian kredit di luar ketentuan pemerintah. Berdasarkan analisis efisiensi distribusi diperoleh nilai optimal cost sebesar Rp 1 693 506 000, sedangkan biaya total berdasarkan pola distribusi sebesar Rp 1 745 020 000 dan selisih nilai optimal hanya sebesar tiga persen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penyaluran di tingkat distributor ke kios penyecer tidak menyebabkan terjadinya kekurangan jumlah pupuk dan peningkatan harga di atas HET. Adapun peningkatan harga terjadi di tingkat pengecer.

Penelitian ini bertujuan Untuk Mengetahui bentuk saluran distribusi pemasaran pupuk bersubsidi dan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh produsen dan lembaga pemasaran di daerah penelitian dan

Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran, Margin Pemasaran dan Shere Margin, setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas dari gambaran pentingnya pupuk dalam peningkatan produksi dan produktivitas pertanian serta permasalahan dalam pendistribusian pupuk bersubsidi maka peneliti mengambil judul “Analisis Distribusi Saluran pemasaran Pupuk Bersubsidi di PT. Gresik Cipta Sejahterah

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni –Juli 2021 di PT. Gresik Cipta Sejahterah Desa Sigambal Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu dengan pertimbangan PT. Gresik Cipta Sejahterah memiliki tugas menyalurkan atau mendistribusikan pupuk bersubsidi wilayah Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu. Populasi dan Sampel Populasi adalah semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pupuk bersubsidi. Dalam penelitian ini pengambilan responden dilakukan dengan menggunakan metode saturation sampling (sampling jenuh), istilah lain dari metode ini adalah metode sensus. Jenis dan Sumber Data Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dapat dijelaskan sebagai berikut: 1. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara secara langsung dengan responden antara lain unit niaga

produsen, distributor, pengecer dan petani yang menggunakan pupuk bersubsidi. 2. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian ini. Data yang dimaksud adalah data yang didapat dari Badan Pusat Statistik, kantor camat tempat penelitian ataupun dari sumber data lainnya. Analisis Data Apabila peneliti bermaksud mengetahui sesuatu mengenai apa dan bagaimana, berapa banyak, sejauh mana dan sebagainya, maka penelitiannya bersifat deskriptif, yaitu menjelaskan atau menerangkan peristiwa. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, yaitu berusaha untuk menggambarkan atau melukiskan suatu keadaan, atau subyek dan objek penelitian yang berdasarkan fakta-fakta yang ada. Oleh karena itu metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Data yang diperoleh dari lapangan akan ditabulasi dengan alat uji yang sesuai yaitu: 1) Untuk menjawab identifikasi masalah (1) diuji dengan analisa deskriptif berdasarkan survey di daerah penelitian. 2) Untuk menjawab identifikasi masalah (2) Mengenai biaya pemasaran dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan selama menjalankan fungsi-fungsi pemasaran oleh masing-masing lembaga pemasaran - Untuk menghitung margin pemasaran di gunakan rumus: $M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$ atau $M_{ji} = b_{ti} + i$ Keterangan: M_{ji} = Margin pada lembaga pemasaran tingkat ke-i P_{si} = Harga jual pada pemasaran tingkat ke-i P_{bi} = Harga beli pada pemasaran tingkat ke-i B_{ti} = Biaya pemasaran tingkat ke-i I = Keuntungan pemasaran tingkat ke-i - Untuk menghitung Share margin pada identifikasi masalah (2) digunakan rumus: $S_m = \frac{PPPKX}{100} \%$ Dimana:

S_m = Persentase Margin dihitung dalam persen
 P_p = Harga yang diterima produsen dan pedagang
 P_k = Harga yang dibayar oleh konsumen akhir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem distribusi pupuk saat ini di atur oleh Menteri Perdagangan. Pengaturan sistem distribusi pupuk ini dengan harapan agar petani dapat memperoleh pupuk dengan 6 azas tepat, yaitu : tempat, jenis, waktu, jumlah, mutu, dan harga. Saluran pemasaran pupuk bersubsidi Urea, ZA, SP-36, NPK, Oraganik pada umumnya melibatkan produsen, distributor dan pengecer. Saluran ini sudah di atur dalam sebuah peraturan pemerintah yang terdapat pada SK Menperindak No. 17/M-DAG/PER/6/2011. Dalam SK tersebut di jelaskan bahwa untuk kelancaran pendistribusian pupuk bersubsidi menjadi tanggung jawab produsen, distributor dan pengecer resmi. Tetapi pada kenyataan di lapangan saluran pemasaran pupuk bersubsidi yang terdapat di daerah penelitian tidak mengikuti ketentuan SK Menperindak No. 17/M-DAG/PER/6/2011.

Tujuan awal di bentuknya pengecer binaan dengan harapan agar pupuk tersebar merata kepada petani agar para petani dengan mudahnya mendapatkan pupuk bersubsidi tetapi pada satu sisi dengan di bentuknya pengecer binaan justru membuat harga pupuk bersubsidi sangat jauh dari yang di tetapkan berdasarkan Harga Eceran Tertinggi Pemerintah. Di sini para pengecer binaan dengan mudahnya memainkan harga pupuk bersubsidi kepada petani maka petani itu sendiri yang di rugikan, hal ini terjadi karna kurangnya atau

lemahnya pengawasan yang di lakukan oleh KP3.

Peran dan tugas yang di limpahkan kepada pengecer resmi tidak seutuhnya di jalankan atau di laksanakan sebagaimana mestinya di mana tugas pokok pengecer resmi adalah melakukan penjualan pupuk bersubsidi secara langsung kepada petani atau kelompok tani di wilayah kerjanya, tapi di lapangan tidak menunjukkan hal tersebut sebelum pupuk bersubsidi di distribusikan kepada petani atau kelompok tani tapi melalui pengecer binaan yang sudah tersebar di wilayah kerjanya.

Pada dasarnya petani yang ada di daerah penelitian tidak bisa membeli langsung pupuk bersubsidi ke pengecer resmi hal ini terjadi karna di sebabkan sedikitnya jumlah pengecer resmi yang ada di daerah penelitian sehingga menimbulkan terbentuknya pengecer binaan hal ini di lakukan agar para petani mudah dalam mendapatkan pupuk bersubsidi karna pupuk tersebut tersebar luas di wilayah tanggungjawab kerja pengecer resmi. Jadi para petani di tuntut untuk mengikuti saluran pemasaran yang ada walaupun hal itu sendiri dapat merugikan para petani itu sendiri.

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa margin pemasaran terbesar diperoleh lembaga distributor di mana pupuk urea Rp. 400.16/Kg Za Rp. 1.136.16/Kg SP36 Rp. 522.16/Kg NPK Rp. 298.16/Kg organik Rp. 400.2/Kg lembaga ini merupakan saluran pemasaran yang tidak efisien karna memiliki margin tataniaga yang tinggi di bandingkan lembaga tataniaga pengecer resmi dan pengecer binaan. Sedangkan margin pemasaran terkecil di keluarkan oleh lembaga pengecer binaan di mana untuk pupuk urea Rp. 345/kg Za Rp. 345/kg SP 36 Rp. 432/kg NPK Rp. 445/kg organik Rp.545/kg.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keuntungan yang di peroleh setiap lembaga pemasaran khususnya untuk lembaga pemasaran resmi dan pengecer binaan menunjukkan nilai yang tidak begitu jauh beda walaupun nilai margin yang di keluarkan oleh oleh pengecer resmi lebih besar dari pengecer binaan karna harga beli yang di terima oleh pengecer binaan dari pengecer resmi sangat mahal atau tinggi , tingginya harga yang di peroleh pengecer binaan menyebabkan harga jual di tingkat petani tinggi atau melebihi Harga Eceran Pemerintah.

PT Petrokimia Gresik memiliki 3 *segmenting*: perkebunan, industri, dan ekspor. Lingkungan di sekitar PT Petrokimia Gresik merupakan lingkungan petani dan masih menggunakan pupuk curah dengan cara tradisional yang sesuai dengan hasil produksi PT Petrokimia Gresik. Produk PT Petrokimia Gresik dapat digunakan sebagai bahan baku suatu produk dan dapat diolah kembali menjadi produk yang lebih berkualitas. PT Petrokimia Gresik juga memiliki konsumen di luar negeri yang memiliki cara bertani yang hampir sama dengan petani di lingungn sekitar perusahaan dan PT Petrokimia Gresik memiliki potensi yang baik untuk melakukan ekspor, baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil peneliti diatas maka dapat disimpulkan bahwa Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa :

1. Saluran distribusi pupuk bersubsidi yang ada di daerah penelitian: yaitu produsen ke Distributor ke Pengecer Resmi ke Pengecer Binaan kemudian ke Petani
2. Hal ini terjadi karena kurangnya pengecer resmi yang ada di daerah

penelitian sehingga di bentuknya pengecer binaan guna memperlancar pendistribusian pupuk bersubsidi serta di dukung dengan lemahnya pengawasan yang dilakukan oleh Komisi Pengawasan Pupuk dan Pestisida (KP3) di tingkat Kabupaten/Kota yang telah di tetapkan oleh Bupati/Walikota sehingga pengecer binaan dengan mudahnya memainkan harga kepada petani akibatnya petani yang di rugikan.

3. Dari distributor ke pengecer resmi untuk pupuk Urea harga beli Rp. 1.725 sedangkan harga jual Rp. 2.100 dan manjin pemasarannya atau keuntungannya sebesar Rp. 375,- perkilogram sedangkan harga di tingkat pengecer resmi untuk jenis pupuk Urea harga beli Rp. 2.100 sedangkan harga jual 2.700 sehingga keuntungan pengecer resmi sebesar Rp. 600,- per kilogram, untuk pengecer binaan untuk jenis pupuk Urea harga beli Rp. 2.700 dan harga jual Rp. 3000,- sehingga keuntungan yang diperoleh pengecer binaan sebanyak Rp. 300,- per kilogram, dan berbeda harganya untuk jenis pupuk yang lain seperti ZA, SP-36, NPK, Organik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pembimbing Ibu Dr, Leni Handayani, SP, MSi, Penguji I Bapak Dian Habibie, SP, MP, Penguji II Bapak Sugiar, SP, MP, Bapak Pimpinan PT. Gresik Cipta Sejahtera Desa Sigambal Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu, Dinas Pertanian Kabupaten Labuhanbatu, BPS Kabupaten Labuhanbatu dan

pihak-pihak lain yang telah membantu dalam terlaksananya penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Litbang Pertanian. 2001. Kajian Penyebab Penurunan Produksi Padi Tahun 2001 Di Indonesia. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian. Jakrta (tidak dipublikasi).
- Daniel. M, 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta. Bumi Aksara *
- Ilham, N. 2001. Dampak Kebijakan Tataniaga Pupuk terhadap Peran Koperasi Unit Desa sebagai Distributor Pupuk. SOCA
- Kotler, P.1996. Manajemen Pemasaran Jilid I, Prenhallindo, Jakarta *
- Komaruddin. 1993. Pengantar Kebijakan Ekonmi. Bumi Aksara. Jakarta
- Kariyasa, K. dan Made Oka Adnyana. 2001. Dampak Kebijaksanaan Desember 1998 terhadap Tataniaga Pupuk di Nusa Tenggara Barat Buku II : Prosiding Perspektif Pembangunan Pertanian dan Kehutanan Tahun 2001 ke Depan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Rertanian. Bogor.
- Komaruddin. 1993. Pengantar Kebijakan Ekonmi. Bumi Aksara. Jakarta Vol.1 No.3: 218-226 (Juli 2001). Fakultas Pertanian Universitas Udayana.
- Purceli, W. D. 1979. Agricultural Marketing, Systems,

- Coordination, Cash and Future Prices. Reston, Virginia.
- Rizky Alifia Windari, 2016. Analisis Sistem Distribusi Pupuk Bersubsidi PT Pupuk Kujang Cikampek, Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Tjiptoherijanto, P. 1997. Propek Perekonomian Globalisasi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tomek, W. G. and K. L. Robinson. 1990. Agricultural Product Prices. Third edition. Cornell University Press. Ithaca and London. Indonesia dalam Rangka
- Tjiptoherijanto, P. 1997. Propek Perekonomian Globalisasi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Valeriana. 2001. Keragaan Tataniaga Pupuk dan Penggunaan Pupuk Kebijakan Desember 1998 di Sumatera Barat. Buku II: Prosiding Perspektif Pembangunan Pertanian dan Kehutanan Tahun 2001 ke Depan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bogor.