



JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN

ISSN : 2302 - 9595
Volume 2 No 2 Juli 2013

JEP

Pola Dan Implementasi *Corporate Social Responsibility*
Sebagai Upaya Mendukung Pembangunan Berkelanjutan
Sutarni, Analiasari

Analisis Konsep *Spatial Approach* Untuk Merumuskan Strategi
Penanggulangan Kemiskinan Multidimensional di Indonesia
Asih Murwiati

Dampak Saluran Distribusi Terhadap Inflasi
(Studi Terhadap Beberapa Komoditas Di Kota Bandar Lampung)
Nairobi

Regional Fiscal Disparity In North Maluku Province
Chairullah Amin, Nurdin I. Muhammad

Dampak Pembubaran Badan Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu
Minyak Dan Gas Bumi (Bp Migas) Terhadap Saham Perusahaan
Pertambangan Minyak Dan Gas
Di Bursa Efek Indonesia
Tona Aurora Lubis

Analisis Keuntungan Usaha Abon Ikan Lele
Pada Kelompok Wanita Tani (Kwt) Pangan Lestari
Di Kecamatan Pagelaran
Dwi Eva Nirmagustina, Sri Handayani, Chandra Utami W

Analisis Struktur Perekonomian Atas Dasar Tenaga Kerja
Di Provinsi Lampung
(Melalui Pendekatan Teknik Perencanaan Pembangunan
: Analisis Shift-Share)
Anton Suprayogi, Ida Budiarty



**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNILA**

Gedung B Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila
Jl. Soemantri Brojonegoro No 1 Gedongmeneng
Bandar Lampung 35145

**Dampak Saluran Distribusi Terhadap Inflasi
(Studi Terhadap Beberapa Komoditas Di Kota Bandarlampung)****Nairobi****Abstract**

With approximately 400 rank commodities used in the city of Bandar Lampung CPI, obtained some commodities (not services) that contribute most to the formation of inflation in the city of Bandar Lampung. Of some of these commodities, there are some commodities which tend to fluctuate, commodities are: 1) Tempe; 2) Shallots; 3) Sugar, 4) beef cattle, and 5) Cooking Oil. By knowing some main commodities that contributed greatly to the city of Bandar Lampung inflation it is necessary to know the distribution channel as well as the commodity price formation mechanism from producers to consumers as well as the various factors that affect the supply and demand of these commodities.

Commodity distribution pattern tempe is direct distribution pattern, where producers who are also traders, selling its products directly to end consumers. Soybean prices are going up in the hands of consumers is influenced by the amount of raw material cost incurred by the manufacturer, the amount of the cost of production, the amount of marketing costs, plus a profit margin set by the manufacturers who are also traders.

Sugar distribution patterns involving actors trade system that consists of a factory, distributors, wholesalers, and retailers. Components of the price level, producers are production costs, and profit margins are set by the manufacturer. While at the prices established distributors affected by the cost of purchase, cost of transport, loading and unloading costs, and profit margins are determined by the distributor. At the level of wholesale traders, the price established by the costs of purchase, costs of loading and unloading, and profit margin. While in a retailer, established cost of the purchase cost, cost of porters, pack costs, and profit margins.

Distribution pattern of red onion involving wholesalers who act as agents for the purchase of outside Lampung, wholesalers, and retailers. Wholesaler level price formation is influenced by the cost of buying from farmers, the cost of transport, cost Stevedoring, onions cleanup costs, shrinkage costs, and profit

margins. Then at the merchant wholesale onion prices are influenced by the cost of purchase, cost of transport, Stevedoring costs, shrinkage costs, and profit margins. While at the retailer level, the cost is affected by the cost of purchase, cost of transportation and the cost of shrinkage. Actors trade system in the distribution patterns of beef involving the parties consisting of cattle fattening enterprise, corporate butchery, and retail merchants.

The formation of prices of beef cattle fattening enterprise level is influenced by production costs, and profit margins. While at the slaughterhouse level, the price is affected by the cost of purchase, cost cutting, transport costs and profit margins. At the level of retail traders, price formation is influenced by the cost of purchase and transportation costs, and profit margins.

Cooking oil distribution patterns in the city of Bandar Lampung, a distribution pattern of the level, where a company doubles as a cooking oil producer distributor cooking oil distribution to retailers in the market. In addition, note also that the components of the price level is a producer of raw material costs, processing costs, transportation costs, and the amount of profit margin specified by the manufacturer. While at the level of retail prices established traders affected by the cost of purchase from the distributor, freight costs, the cost of containers, and the profit margin set by the merchant.

Latar Belakang

Pada tahun 2002 BPS melakukan "Survei Biaya Hidup (SBH) 2002" untuk memperbaiki paket komoditas dan diagram timbang. Paket komoditas yang diperoleh berdasarkan SBH 2002 berkisar antara 300–353 jenis barang dan jasa, IHK baru yang menggunakan tahun dasar baru yang menggunakan tahun dasar 2002=100, Penghitungan laju inflasi dengan menggunakan tahun dasar baru tersebut mulai digunakan sejak tahun 2004.

Berdasarkan hasil SBH 2002 untuk Kota Bandar Lampung didapatkan besarnya bobot/ diagram timbangan dari 7 jenis pengelompokan komoditas, terlihat pada Tabel 1. Bobot terbesar yaitu ada pada komoditas bahan makanan sebesar 24,66 persen, kemudian perumahan sebesar 23,23 persen, seterusnya makanan jadi, minuman, rokok dan tembakau sebesar 15,29 persen, lalu transport dan komunikasi sebesar 15,27 persen, seterusnya sandang sebesar 10,01 persen. Kemudian terakhir berturut-turut adalah

pendidikan dan rekreasi dan olahraga sebesar 6,56 persen serta kesehatan sebesar 4,98 persen. Kelompok komoditas yang memiliki bobot yang besar tersebut memiliki nilai konsumsi yang lebih besar dibandingkan dengan kelompok komoditas yang lain.

Tabel 1. Diagram Timbang Indeks Harga Konsumen Kota Bandar Lampung (Tahun 2002=100) Dalam Persen

No	Komoditas	Timbangan (%)
1	Bahan Makanan	24.66
2	Makanan Jadi, Minuman, Rokok & TB	15.29
3	Perumahan	23.23
4	Sandang	10.01
5	Kesehatan	4.98
6	Pendidikan, Rekreasi dan Olahraga	6.56
7	Transport dan komunikasi	15.27
	Jumlah	100.00

Sumber: BPS Propinsi Lampung, Survei Biaya Hidup (SBH) 2002

Perkembangan inflasi di kota Bandar Lampung jika dilihat dari kelompok komoditas menunjukkan bahwa selama periode tahun 2005 – 2009 berfluktuasi cukup tinggi, selama periode tersebut inflasi tertinggi adalah kelompok komoditas makanan jadi, minuman, rokok dan tembakau sebesar 13,26 persen, dan terendah adalah kelompok komoditas kesehatan sebesar 3,41 persen, gambaran lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan Infasi Tahun ke Tahun Berdasarkan Kelompok Barang Di Bandar Lampung Tahun 2005 – 2009

No	Kelompok Barang	Tahun					Rata-rata
		2005	2006	2007	2008	2009	
1	Bahan Makanan	17.74	8.31	7.47	22.05	3.57	12,92
2	Makanan Jadi, Minuman, Rokok & TB	13.10	13.13	13.85	14.69	11,53	13,26
3	Perumahan	16.38	4.60	4.57	16.25	6.56	9,67
4	Sandang	6.10	3.18	12.53	9.04	5.53	7,28
5	Kesehatan	4.44	2.70	3.68	8.97	1,78	4,31
6	Pendidikan, Rekreasi dan Olahraga	11.65	10.05	5.02	9.27	6.46	8,49
7	Transpor dan komunikasi	63.07	0.64	0.70	7.40	(7.05)	12,95
	Inflasi Bandar Lampung	21.17	6.03	6.58	14.82	4.18	10,56

Sumber : Statistik Harga Konsumen Kota Bandar Lampung, Tahun 2010

Tabel 3 menggambarkan sumbangan komoditas dalam membentuk inflasi kota Bandar Lampung selama 5 tahun. Dengan merengking lebih kurang 400 komoditas yang digunakan dalam penyusunan IHK kota Bandar Lampung, didapatkan beberapa komoditas (bukan Jasa) yang memberikan sumbangan terbesar terhadap pembentukan inflasi di kota Bandar Lampung.

Tabel 3 Rata-Rata Sumbangan Komoditas Terhadap Pembentukan Inflasi Di Kota Bandar Lampung tahun 2003 – 2007 (%)

No	Komoditas	2003	2004	2005	2006	2007	Rata-rata
1	Bensin	0.081	0.019	3.727	0.004	0.047	0.776
2	Minyak tanah	0.454	0.000	2.382	0.000	0.000	0.567
3	Beras	0.004	0.306	1.336	0.625	- 0.392	0.378
4	Rokok Kretek Filtar	0.000	0.279	0.000	0.162	1.245	0.337
5	Mie	0.000	0.068	0.660	0.669	0.131	0.306
6	Emas Perhiasan	0.430	-0.065	0.306	0.045	0.779	0.299
7	Tempe	0.094	0.044	0.174	0.005	0.248	0.113
8	Gula Pasir	0.047	0.164	0.216	0.174	- 0.080	0.104
9	Rokok Kretek	0.017	0.000	0.000	0.072	0.399	0.098
10	Bawang Merah	- 0.123	0.103	0.050	-0.085	0.493	0.087
11	Daging Sapi	- 0.083	-0.181	0.360	0.343	- 0.026	0.082
12	Lemari Pakaian	- 0.078	0.119	0.104	0.109	0.133	0.077
13	Minyak Goreng	0.157	-0.014	0.091	0.047	0.085	0.073
14	Tahu Mentah	0.085	0.092	0.052	0.000	0.136	0.073
15	Solar	0.015	0.000	3.343	0.000	0.000	0.072

Sumber: Bank Indonesia Bandar Lampung (Data diolah)

Dari 15 jenis komoditas yang terdapat pada tabel tersebut terlihat bahwa terdapat 3 (tiga) buah komoditas yang tataniaga dan harganya ditetapkan oleh pemerintah secara ketat yaitu Bensin, minyak tanah dan solar. Kenaikan harga komoditas tersebut lebih banyak dipengaruhi oleh kebijakan penetapan harga. Selain itu terdapat komoditas yang harganya lebih banyak dipengaruhi oleh kondisi sektor moneter dan luar negeri yaitu komoditas emas. Komoditas ini merupakan komoditas universal dan cenderung berperilaku sama dalam perekonomian Indonesia.

Dari beberapa komoditas tersebut, terdapat beberapa komoditas yang cenderung fluktuatif, komoditas tersebut adalah : 1) Tempe; 2) Bawang Merah; 3) Gula Pasir; 4) daging Sapi; dan 5) Minyak Goreng.

Permasalahan

Dengan diketahuinya beberapa komoditas utama yang memberikan sumbangan besar terhadap inflasi kota Bandar Lampung maka perlu diketahui saluran distribusi barang tersebut serta mekanisme pembentukan harga komoditas tersebut dari produsen ke konsumen serta berbagai faktor yang mempengaruhi penawaran dan permintaan komoditas tersebut.

Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan jalur/mekanisme distribusi 5 (lima) jenis komoditas penyumbang inflasi terbesar.
2. Memberikan informasi pembentukan harga komoditas penyumbang inflasi di setiap level distribusi serta faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya harga dari hulu hingga hilir.

Metode Penelitian

Ruang Lingkup Survei

a. Komoditas yang Disurvei

Survei dilakukan terhadap 5 (lima) komoditas utama penyumbang inflasi di kota Bandar Lampung, komoditas tersebut adalah: 1) Tempe; 2) Bawang Merah; 3) Gula Pasir; 4) daging Sapi; dan 5) Minyak Goreng.

b. Lokasi Survei:

1. Survei akan terhadap konsumen dan pedagang pengecer akan dilakukan di 3 (tiga) pasar yang ada di Kota Bandar Lampung yaitu 1. Pasar Bambu Kuning, 2. Pasar Kangkung (Teluk Betung) 3. Pasar Panjang (mengikuti survei BPS yaitu pasar Bambu Kuning; Pasar Kangkung dan Pasar Panjang).
2. Beberapa pedagang yang membentuk jalur distribusi dengan menggunakan sistem *purposive random sample* atau *snowball* yang berada pada wilayah Propinsi Lampung
3. Produsen yang memproduksi komoditas tersebut, mengikuti alur pembelian komoditas dari pedagang pada level tata niaga tertinggi.

Teknik Penarikan Sampel

Jumlah sampel pedagang yang harus diambil pada masing-masing komoditas dan lokasi pasar menggunakan rumus (Lind dkk, 2007; 266)

$$n = \left[\frac{t s}{E} \right]^2$$

Dimana :

n = besarnya sample

t = nilai standar normal yang berhubungan dengan tingkat kepercayaan yang dipilih

s = estimasi standar deviasi populasi

E = Tingkat kesalahan yang dibolehkan

Dikarenakan tidak diketahuinya standar deviasi populasi maka dapat digunakan studi pendahuluan untuk menduga besarnya standar deviasi (Lind dkk, 2007; 265). Berdasarkan hasil perhitungan maka ditetapkan besarnya sampel pedagang dan konsumen di ketiga pasar masing-masing adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Jumlah Sampel Berdasarkan Komoditas Terpilih di masing-masing Pasar (Unit Sampel)

Pedagang/ konsumen	Tempe	Gula	Bawang merah	Daging sapi	Minyak Goreng	Jumlah sampel
Pedagang eceran	4	5	5	4	4	27
Konsumen	4	5	5	4	4	27
Pedagang menengah 1	Jumlah sampel mengikuti alur tata niaga (1 - 2 unit sampel)					
Pedagang menengah 2	Jumlah sampel mengikuti alur tata niaga (1 - 2 unit sampel)					
Pedagang besar	Jumlah sampel mengikuti alur tata niaga (1 - 2 unit sampel)					
Distributor	Jumlah sampel mengikuti alur tata niaga (1 - 2 unit sampel)					
Produsen	Jumlah sampel mengikuti alur tata niaga (1 - 2 unit sampel)					

Alat Analisis

Menggunakan statistik diskriptif, Rata-rata dan standar deviasi. Guna mendapatkan data, surveyor akan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan, terdiri dari: 1. kuesioner untuk konsumen, 2. kuesioner untuk pedagang, dan 3. kuesioner untuk produsen .

Hasil Dan Pembahasan

Pembahasan awal dimulai dengan penyajian jalur/mekanisme saluran distribusi, pembahasan kedua mengenai informasi pembentukan harga (profit margin di masing-masing saluran distribusi), dan pembahasan terakhir adalah mengenai persepsi masyarakat terhadap faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan harga.

A. Tempe

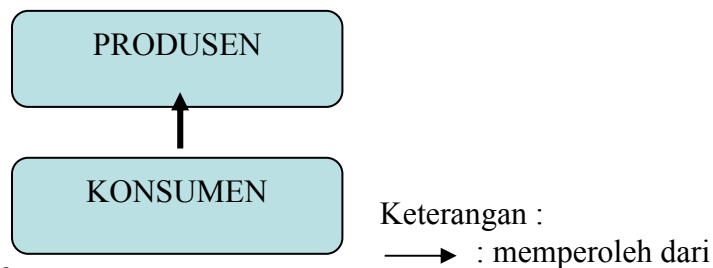
Komoditas tempe merupakan salah satu komoditas yang dipasarkan secara langsung. Sifat yang ringkas dari saluran distribusi tempe, menjadikan responden yang terlibat dalam penelitian, tidak terlalu banyak. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian komoditas tempe ini dapat dilihat pada Tabel 6 :

Tabel 6 Jumlah Sampel Tempe Berdasarkan Jenis Sampel (dalam unit)

Jenis Sampel	Sampel di Pasar untuk komoditas Tempe			Jumlah Sampel
	Bambu Kuning	Kangkung	Panjang	
Produsen	5	5	5	15
Konsumen	5	5	5	15

A. 1. Saluran Distribusi Tempe

Pola saluran distribusi pada tata niaga tempe pada umumnya menggunakan pola distribusi langsung, artinya produsen sebagai pembuat dan penghasil tempe langsung bertindak sebagai pedagang yang menyalurkan produknya kepada konsumen, pola ini disebut juga pola distribusi saluran 1.



Gambar 1 : Saluran Distribusi Tempe

Keuntungan yang ada pada pola distribusi ini adalah konsumen dapat mendapatkan produk tempe dengan harga yang murah sebab produsen yang merangkap pedagang hanya menggunakan satu tingkatan margin harga, sehingga tidak terjadi peningkatan harga sebagai akibat penggunaan pedagang perantara. Kerugian yang mungkin timbul adalah distribusi tempe yang terkadang tidak mencapai daerah-daerah yang jauh dari pusat-pusat produksi. Ditinjau dari efisiensi pasar, pola distribusi tempe ini sudah sangat efisien.

Gula Putih

Komoditas Gula putih merupakan gula yang diproduksi oleh pabrik-pabrik yang berada di daerah Lampung, seperti Pabrik Gula Gunung Madu Plantation (GMP), Sugar Group, Pabrik Gula Bunga Mayang dan lainnya. Berdasarkan survei ternyata sebagian besar konsumen membeli Gula yang dihasilkan oleh pabrik GMP, sehingga sampel untuk produsen adalah pabrik gula GMP. Sebaran besarnya sampel untuk komoditas ini adalah sebagai berikut.

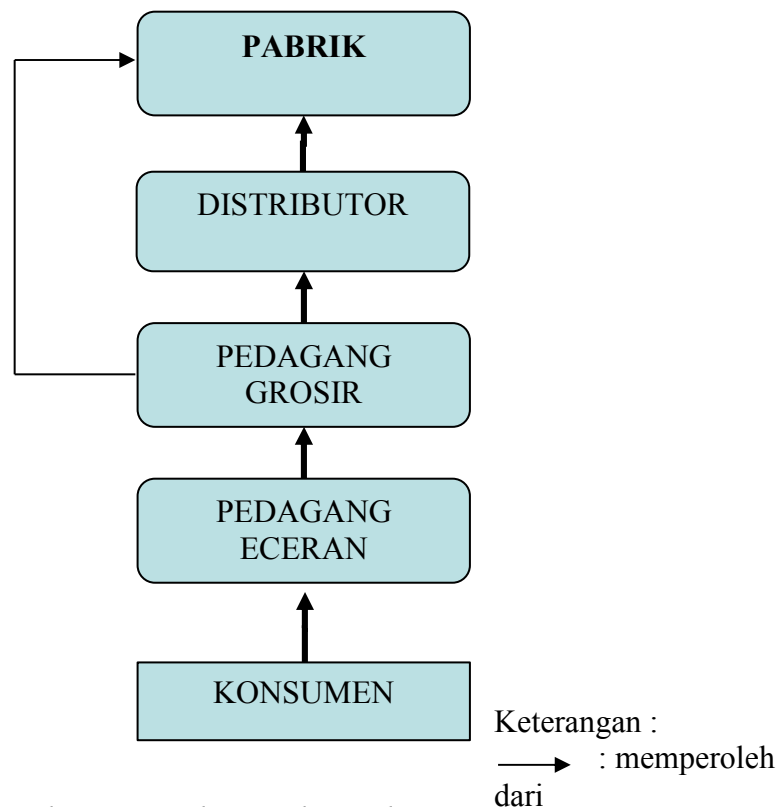
Tabel 7 Jumlah Sampel Komoditas Gula berdasarkan jenis Sampel (dalam Unit)

Jenis sampel	Sampel di pasar untuk beras Bagus			Jumlah sampel
	Bambu Kuning	Kangkung	Panjang	
Konsumen	6	6	6	18
Pedagang eceran	6	6	6	18
Pedagang Grosir		3		3
Distributor		3		3
Pabrik Gula		1		1
Jumlah Sampel				43

Saluran Distribusi Gula Putih

Tidak seperti pada umumnya yang hanya menggunakan pedagang perantara 2 level, saluran distribusi tiga level pada tata niaga gula berfungsi untuk mendekatkan produksi gula yang dihasilkan oleh pabrik kepada pasar konsumen. Hal ini disebabkan karena pabrik gula yang bertindak sebagai produsen berada di luar daerah Bandar Lampung, sehingga keberadaan pedagang perantara, khususnya pedagang grosir, dapat mempermudah jalur distribusi barang mendekati pasar.

Ditinjau dari segi keuntungan, pola distribusi dengan 3 level akan berdampak pada semakin mudahnya distribusi barang menuju konsumen, khususnya apabila letak produsen dan konsumen sangat jauh, seperti yang terjadi pada tata niaga gula. Namun bila ditinjau dari segi kelemahan, panjangnya jalur distribusi ini dapat menyebabkan bertambahnya biaya distribusi.



Gambar 3. Saluran Distribusi Gula Putih

Ditinjau dari segi efisiensi, karena pola distribusi yang ada terjadi secara alamiah, dan karena letak produsen dan konsumen yang cukup jauh, maka tambahan pedagang perantara pada saluran distribusi dapat memberikan keuntungan bagi penyaluran barang sampai ke konsumen, selain itu keberadaan pedagang perantara, khususnya distributor, dapat menghemat biaya transportasi yang mungkin timbul jika pedagang perantara pada level grosir dan eceran harus mengambil barang di produsen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pola saluran distribusi gula yang ada cukup efisien.

Bawang Merah

Berdasarkan hasil survei di tiga pasar, komoditas ini sebagian besar didatangkan dari Pulau Jawa terutama daerah Brebes (Jawa Tengah), dan juga di impor dari Philipina. Pedagang Bawang Besar di Lampung membeli komoditas ini di pasar Induk Kramat Jati di Jakarta.

Adapun besarnya sebaran sampel untuk komoditas ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 8 Jumlah Sampel Komoditas Bawang Merah Berdasarkan Jenis Sampel (dalam Unit)

Jenis sampel	Sampel di pasar			Jumlah sampel
	Bambu Kuning	Kangkung	Panjang	
Konsumen	5	5	5	15
Pedagang eceran	4	4	4	12
Pedagang Grosir	2	2	2	6
Pedagang Besar		2		2
Jumlah Sampel				35

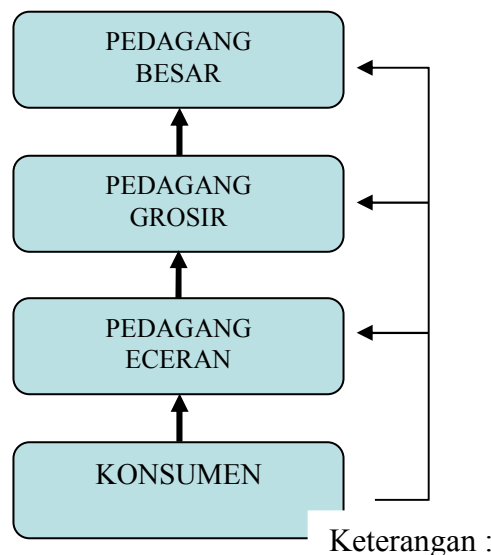
Saluran Distribusi Bawang Merah

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, didapatkan saluran distribusi untuk komoditas Bawang Merah di tiga pasar tersebut adalah sebagai berikut

Tata niaga bawang merah secara umum menggunakan pola distribusi saluran 3, namun fungsi produsen ditiadakan dan diganti dengan pedagang besar, sehingga jumlah level pedagang perantara yang terlibat dalam tata niaga ini adalah 3 level. Ditiadakannya produsen dalam saluran distribusi, karena yang bertindak selaku produsen adalah para petani penggarap yang berada di luar provinsi Lampung, sehingga untuk tata niaga bawang merah di Kota Bandar Lampung dimulai dari pedagang besar. Tingkatan pedagang

perantara yang terlibat dalam saluran distribusi bawang merah di kota Bandar Lampung, terdiri dari pedagang besar, pedagang grosir, dan pedagang eceran.

Ditinjau dari segi keuntungan karena, pola distribusi ini terjadi secara alami, maka adanya pedagang-pedagang perantara mempermudah ketersediaan barang bagi konsumen. Namun bila dilihat dari segi kelemahan, secara teori penggunaan banyak pedagang perantara akan meningkatkan harga jual bawang merah, karena adanya tambaha margin keuntungan yang ditetapkan oleh masing-masing pedagang di tiap level.



Gambar 4. Saluran Distribusi Bawang Merah

Keterangan :
→ : memperoleh dari

Pola distribusi bawang Merah terjadi secara alamiah, pedagang besar mendatangkan bawang dari Jakarta, yang sebagian besar berlokasi di Pasar Tamin Tanjung Karang Barat. Pedagang Besar tidak membatasi pembelian, mereka akan menjual komoditas ini kepada siapa saja, bisa pedagang grosir atau pedagang eceran maupun konsumen, namun harga yang ditetapkan tergantung dari jumlah bawang merah yang dibeli. Semakin banyak bawang yang di beli maka akan semakin murah bawang tersebut.

Sebagian besar pedagang eceran di tiga pasar membeli bawang kepada pedagang grosir yang ada di masing-masing pasar, kemudian baru menjualnya kepada konsumen. Alasan pedagang eceran tetap membeli di pedagang grosir dikarenakan menurut mereka harga membeli ditambah

ongkos angkut jika membeli di pedagang besar akan relatif sama dengan ketika mereka membeli di pedagang grosir.

Daging Sapi

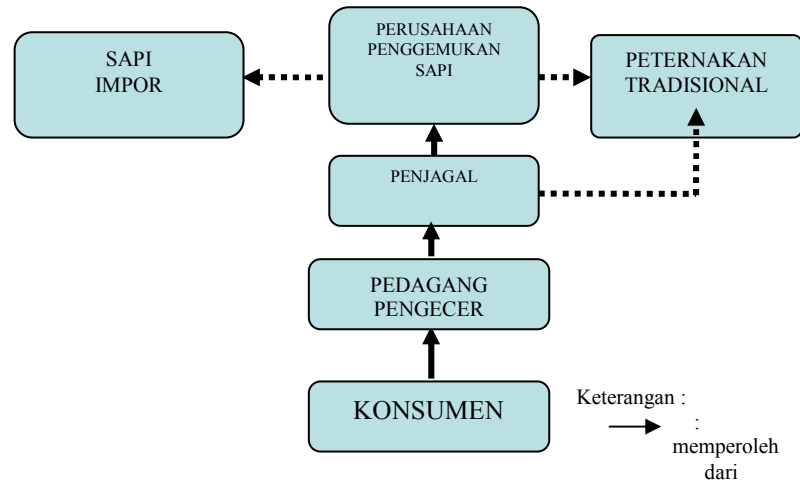
Besarnya sebaran sampel untuk komoditas ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 9 Jumlah Sampel Komoditas Daging Sapi Berdasarkan jenis Sampel (dalam Unit)

Jenis sampel	Sampel di pasar			Jumlah sampel
	Bambu Kuning	Kangkung	Panjang	
Konsumen	6	4	4	14
Pedagang eceran	4	4	4	12
Penjagalan		3		3
Perusahaan Penggemukan Sapi		1		1
Jumlah Sampel				40

Saluran Distribusi Pemasaran Daging Sapi

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, didapatkan saluran distribusi daging Sapi di tiga pasar tersebut adalah sebagai berikut: Pola saluran distribusi pada tata niaga daging sapi, melibatkan tiga pelaku tata niaga, pertama adalah perusahaan penggemukan sapi yang melakukan impor anak sapi dari Australia serta peternak tradisional. Kedua adalah penjagalan yang melakukan pemotongan sapi, penjagalan dapat memberikan jasa pemotongan dan menerima jasa pemotongan dan juga dapat menjadi penjual daging kepada pedagang pengecer di pasar. Penjagalan dapat memperoleh sapi dari perusahaan Penggemukan sapi maupun peternak tradisional (tidak terlihat pada hasil survei). Ketiga adalah pedagang pengecer yang berada di masing-masing pasar dan menjual daging kepada konsumen. Dengan demikian terlihat bahwa saluran distribusi pemasaran ini cukup pendek dan efisien. Gambaran lengkap dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 5. Saluran Distribusi Daging Sapi

Minyak Goreng

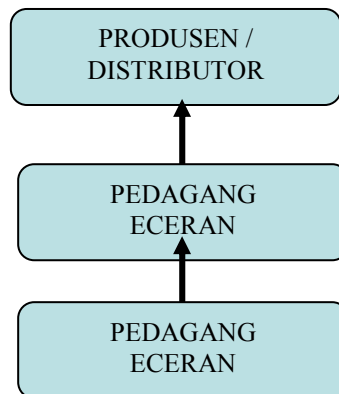
Komoditas minyak goreng merupakan salah satu komoditas yang dipasarkan secara tradisional, dimana produsen merangkap distributor menggunakan pedagang eceran sebagai pedagang perantara untuk menjual barangnya kepada konsumen. Jumlah sampel yang terlibat untuk masing-masing tingkatan mulai dari produsen / distributor, pedagang pengecer, dan konsumen, diperlihatkan pada Tabel 10.

Tabel 10 Jumlah Sampel Minyak Goreng Berdasarkan Jenis Sampel (dalam unit)

Jenis Sampel	Sampel di Pasar untuk komoditas minyak goreng			Jumlah Sampel
	Bambu Kuning	Kangkung	Panjang	
Produsen / distributor		1		1
Pedagang eceran	6	6	6	18
Konsumen	5	5	5	15

Saluran Distribusi Minyak Goreng

Berdasarkan hasil survey, saluran distribusi minyak goreng adalah sebagai berikut:



Keterangan :

—>: memperoleh dari

Gambar 5. Saluran Distribusi Minyak Goreng

Pola distribusi digunakan dalam tata niaga minyak goreng adalah pola distribusi saluran 2, dimana produsen yang merangkap distributor akan menyalurkan produknya kepada pedagang-pedangan pengecer yang akan menyalurkan minyak goreng kepada konsumen akhir. Berdasarkan pada hal tersebut, dapat diketahui bahwa pada pola distribusi ini hanya terdapat satu tingkatan pedagang perantara yang bertindak sebagai pedangan pengecer, keuntungan pola distribusi ini adalah konsumen dapat memperoleh minyak goreng dengan mudah, karena langsung terlibat dengan pedagang perantara, disamping dapat pula mendapatkan minyak goreng dengan harga yang relatif murah karena hanya terlibat dengan satu tingkatan pedagang perantara yang berarti hanya terdapat satu tingkatan margin keuntungan pedagang perantara.

Ditinjau dari efisiensi pasar, maka pola distribusi ini juga merupakan pola yang efisien, baik ditinjau dari sisi produsen maupun konsumen. Sebab dari sisi produsen, keberadaan pedagang perantara mempermudah produsen untuk memasarkan produknya sampai kepada konsumen yang tidak mungkin dijangkau oleh produsen, disamping itu pula produsen tidak mengalami kesukaran karena harus menjual produknya secara retail kepada konsumen (sesuai dengan kebutuhan konsumen), keberadaan pedagang eceran mempermudah konsumen mendapatkan produk dengan harga yang relatif murah. Terkait dengan penentuan harga, meskipun keberadaan pedagang pengecer dapat adanya tambahan margin keuntungan, namun bila dihitung dengan sekasama, pada dasarnya margin yang ditetapkan oleh pedagang pengecer adalah kompensasi terhadap biaya yang mungkin timbul apabila produsen langsung bertindak sebagai pengecer, sebab bila produsen

langsung memasarkan produknya kepada konsumen maka akan ada biaya-biaya tambahan seperti biaya pengemasan, biaya transportasi, dan biaya-biaya transfer lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa pola distribusi saluran 2 pada tata niaga minyak goreng sudah cukup efisien.

Kesimpulan Dan Rekomendasi

A. Komoditas Tempe

Kesimpulan :

1. Pola distribusi komoditi tempe adalah pola distribusi langsung, dimana produsen yang merangkap pedagang, langsung menjual produknya kepada konsumen akhir.
2. Harga tempe yang terjadi sampai di tangan konsumen dipengaruhi oleh besaran biaya bahan baku yang dikeluarkan oleh produsen, besaran biaya proses produksi, besaran biaya pemasaran, ditambah dengan margin keuntungan yang ditetapkan oleh produsen yang merangkap pedagang.
3. Banyak produsen yang bergerak di industri ini, sehingga harga jual seluruh produsen rata-rata sama, serta banyaknya pembeli yang melakukan transaksi pembelian pada produk ini, maka bentuk pasar komoditas tempe adalah Pasar Persaingan.
4. Faktor utama yang dapat menyebabkan perubahan harga tempe adalah fluktuasi harga kedelai sebagai bahan baku.
5. Persepsi produsen dan konsumen menyatakan bahwa tidak ada kebijakan pemerintah untuk menstabilkan harga tempe secara langsung, namun, mereka merasakan bahwa pemerintah telah berusaha untuk mencukupi kebutuhan persediaan bahan baku (kedelai) melalui kebijakan impor kedelai.
6. Sebagian besar konsumen akan tetap mengkonsumsi tempe dalam jumlah yang sama, namun sebagian kecil yang lain akan mengurangi konsumsi tempe dan menggantikannya dengan barang substitusi.
7. Transaksi yang dilakukan oleh pelaku tata niaga tempe cenderung dilakukan dengan cara tunai, walaupun ada transaksi dengan cara tempo tetapi harga yang ditetapkan sama dengan harga tunai. Hal ini disebabkan karena pada umumnya pelaku tata niaga memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi kepada langganannya.

Rekomendasi:

1. Komoditas tempe telah menjadi komoditas yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, pemerintah dapat membantu produsen tempe yang juga menjadi pedagang tempe melalui bantuan pendanaan maupun penyediaan bahan baku.
2. Dikarenakan faktor utama yang dapat menyebabkan perubahan harga tempe adalah fluktuasi harga kedelai sebagai bahan baku, pemerintah harus dapat menjaga ketersediaan kedelai, misalkan dengan memberikan perhatian pada usaha tani kedelai dalam rangka meningkatkan luas lahan dan produktifitas kedelai yang dihasilkan di provinsi Lampung untuk menjaga.

B. Komoditas Gula.

1. Pola distribusi gula melibatkan pelaku tata niaga yang terdiri dari Pabrik, distributor, pedagang grosir, dan pedagang eceran.
2. Komponen pembentuk harga ditingkat produsen adalah biaya produksi, dan margin keuntungan yang ditetapkan oleh produsen. Sedangkan di tingkat distributor harga yang terbentuk dipengaruhi oleh biaya pembelian, biaya angkut, biaya bongkar muat, dan margin keuntungan yang ditetapkan oleh distributor. Di tingkat pedagang grosir, harga dibentuk oleh biaya pembelian, biaya bongkar muat, dan profit margin. Sedangkan di pedagang eceran, biaya dibentuk dari biaya pembelian, biaya kuli, biaya kemas, dan profit margin.
3. Profit margin pelaku tata niaga tidak terdistribusi secara merata, distorsi harga akan cenderung terjadi pada sisi produsen dan pedagang eceran, dimana mereka akan selalu mempertahankan keuntungan margin relatif besar dengan menaikkan harga jual.
4. Jumlah produsen gula putih diprovinsi Lampung cukup banyak, demikian pula dengan jumlah distributor, pedagang grosir, dan pedagang eceran. Kenaikan harga gula cenderung terjadi dari kenaikan harga yang ditetapkan oleh produsen.
5. Persepsi distributor dan pedagang grosir menyatakan bahwa kebijakan mengimpor gula yang dilakukan pemerintah sangat efektif dalam mempengaruhi harga gula di pasaran. Sedangkan persepsi konsumen dalam hal kebijakan pemerintah menyatakan bahwa pemerintah telah

melaksanakan operasi pasar, namun kebijakan tersebut dirasakan belum efektif dikarenakan penurunan harga hanya bersifat sementara.

6. Pedagang eceran dan konsumen melihat bahwa persediaan gula telah mencukupi di pasaran, sehingga jarang terjadi kelangkaan minyak goreng di pasar
7. Jika terjadi kenaikan harga, sebagian konsumen menyatakan akan tetap membeli dalam jumlah yang sama namun sebagian lainnya cenderung akan mengurangi konsumsi gula.

Rekomendasi :

1. Pemerintah Daerah hendaknya lebih mengoptimalkan pemanfaatan neraca produksi dan konsumsi gula, sehingga dapat mengantisipasi kelangkaan gula
2. Pemerintah hendaknya memberikan perhatian usaha peningkatan dan perbaikan infrastruktur transportasi, hal ini disebabkan karena letak produsen yang berada di luar kota sehingga memerlukan kelancaran transportasi yang memadai.
3. Meskipun telah terdapat banyak produsen gula di provinsi Lampung, namun karena kebutuhan konsumsi gula secara nasional masih sangat besar maka usaha-usaha untuk meningkatkan investasi pada industri gula masih harus dilakukan.

C. Komoditas Bawang Merah

1. Pola distribusi bawang merah melibatkan pedagang besar yang bertindak sebagai agen-agen untuk pembelian dari luar daerah Lampung, pedagang grosir, dan pedagang eceran.
2. Pembentukan harga ditingkat pedagang besar dipengaruhi oleh biaya pembelian dari petani, biaya transport, biaya bongkat muat, biaya pembersihan bawang, biaya susut, dan profit margin. Kemudian di tingkat pedagang grosir harga bawang dipengaruhi oleh biaya pembelian, biaya transport, biaya bongkat muat, biaya susut, dan profit margin. Sedangkan di tingkat pedagang eceran, biaya dipengaruhi oleh biaya pembelian, biaya angkut dan biaya susut. Profit margin cenderung terdistribusi secara merata diantara pelaku tata niaga sehingga tingkat efisiensi pemasaran komoditas bawang merah telah efisien, distorsi harga

cenderung tidak terjadi, kenaikan harga lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi produksi seperti banjir, atau kegagalan panen di sentral produksi.

3. Jumlah pedagang besar, pedagang grosir, dan pedagang eceran, relatif cukup banyak, sehingga selisih harga antar pedagang di tiap level cenderung relatif kecil.
4. Pedagang dan konsumen merasa bahwa belum ada kebijakan pemerintah untuk mempengaruhi tingkat harga bawang
5. Transaksi yang dilakukan oleh pelaku tata niaga bawang sebagian dilakukan dengan cara tunai, dan sebagian dengan cara tempo. Akan tetapi tingkat harga keduanya sama. Hal ini disebabkan karena pada umumnya pelaku tata niaga menggunakan pola pembelian langganan.

Rekomendasi :

1. Pemerintah hendaknya memberikan perhatian pada usaha peningkatan dan perbaikan infrastruktur transportasi, hal ini disebabkan karena letak produsen yang berada di luar daerah sehingga memerlukan kelancaran transportasi yang memadai untuk menekan harga bawang merah.
2. Pemerintah diharapkan mampu mengembangkan usaha tani bawang merah di Provinsi Lampung.

D. Komoditas Daging Sapi

1. Pelaku tata niaga dalam pola distribusi daging sapi melibatkan pihak-pihak yang terdiri dari perusahaan penggemukan sapi, perusahaan penjagalan, dan pedagang eceran.
2. Pembentukan harga daging sapi ditingkat perusahaan penggemukan sapi dipengaruhi oleh biaya produksi, dan profit margin. Sedangkan di tingkat penjagalan, harga dipengaruhi oleh biaya pembelian, biaya potong, biaya angkut dan profit margin. Di tingkat pedagang eceran, pembentukan harga dipengaruhi oleh biaya pembelian dan biaya angkut, dan profit margin. Ditinjau dari efisiensi pemasaran, pola distribusi daging sapi belum efisien, hal ini dikarenakan profit margin yang ada belum terdistribusi secara merata. Distorsi harga akan cenderung terjadi pada tingkat produsen dan penjagalan.

3. Pelaku tata niaga daging sapi secara kuantitas cukup banyak. Baik ditingkat produsen (perusahaan penggemukan sapi atau peternak tradisional), penjalangan, dan pedagang eceran. Hal ini menyebabkan tingkat perbedaan harga diantara pelaku tata niaga dalam tiap tingkatannya relatif kecil.
4. Transaksi yang dilakukan oleh pelaku tata niaga daging sapi sebagian dilakukan dengan cara tunai, dan sebagian dengan cara tempo. Akan tetapi tingkat harga pembayaran tunai sama dengan harga dengan pembayaran tempo. Hal ini disebabkan karena pada umumnya pelaku tata niaga sudah saling berlangganan.
5. Kelangkaan daging sapi terjadi dikarenakan persediaan sapi mengalami penurunan akibat terjadi keterlambatan pengiriman sapi dari Australia yang disebabkan oleh musim dingin (banjir) di bulan Januari dan Februari.
6. Semua pelaku tata niaga sapi berpendapat, tidak ada kebijakan pemerintah untuk menstabilkan harga.

Rekomendasi :

1. Pemerintah hendaknya memberikan perhatian pada usaha peningkatan dan perbaikan infrastruktur transportasi, hal ini disebabkan karena letak produsen yang berada di luar kota sehingga memerlukan kelancaran transportasi yang memadai.
2. Pemerintah hendaknya berusaha untuk mengembangkan usaha peternakan rakyat sehingga mengurangi ketergantungan pada sapi impor.
3. Pemerintah Daerah hendaknya mengoptimalkan neraca produksi dan konsumsi daging sapi, sehingga dapat mengambil kebijakan yang dianggap perlu guna mengantisipasi terjadinya kelangkaan daging sapi.

E. Komoditas Minyak goreng .

1. Pola distribusi Minyak Goreng di Kota Bandar Lampung, merupakan pola distribusi satu level, dimana sebuah perusahaan produsen minyak goreng merangkap sebagai distributor penyaluran minyak goreng kepada pedagang pengecer di pasar.
2. Disamping itu, diketahui pula bahwa komponen pembentuk harga ditingkat produsen adalah biaya bahan baku, biaya pengolahan, biaya transportasi, dan besaran margin keuntungan yang ditetapkan oleh

produsen. Sedangkan di tingkat pedagang eceran harga yang terbentuk dipengaruhi oleh biaya pembelian dari distributor, biaya angkut, biaya kemas, dan margin keuntungan yang ditetapkan oleh pedagang.

3. Pasar minyak goreng di Bandar Lampung, dikuasai oleh sebuah perusahaan produsen, dimana harga yang terjadi sangat tergantung pada jumlah produksi yang dihasilkan oleh pabrik tersebut. Sedangkan jumlah produksi yang dihasilkan oleh produsen sangat tergantung pada persediaan bahan baku.
4. Masyarakat merasakan bahwa pemerintah telah melakukan kebijakan pengendalian harga dalam bentuk pelaksanaan operasi pasar. Walaupun demikian kebijakan tersebut dirasakan belum efektif dikarenakan pelaksanaan kebijakan tersebut belum merata dirasakan oleh konsumen.
5. Pedagang eceran dan konsumen melihat bahwa persediaan minyak goreng sebenarnya mencukupi kebutuhan masyarakat, sehingga jarang terjadi kelangkaan minyak goreng di pasar
6. Berdasarkan persepsi pedagang dan konsumen kenaikan harga minyak goreng cenderung disebabkan adanya "permainan" distribusi oleh produsen pabrik.
7. Jika terjadi kenaikan harga, sebagian besar konsumen tetap membeli dalam jumlah yang sama namun sebagian kecil lainnya cenderung akan mengurangi konsumsi minyak goreng.

Rekomendasi :

1. Pemerintah Daerah hendaknya mengoptimalkan neraca produksi dan konsumsi minyak goreng, sehingga dapat mengantisipasi kelangkaan komoditas minyak goreng.
2. Untuk melindungi kepentingan konsumen maka sebaiknya minyak goreng curah dapat dikemas secara sederhana, sehingga menjamin berat timbangan, dan harga jual produsen, juga untuk menjaga tingkat higienisnya.
3. Pemerintah perlu membina dan mengembangkan industri minyak kelapa tradisional yang dihasilkan oleh usaha kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Best, Roger J. 2005. *Market Based Management : Strategies for Growing Customer Value and Profitability* (forth edition). Pearson Prantice Hall. New Jersey
- Boediono. 1995. *Ekonomi moneter* edisi ketiga. BPFE. Yogyakarta
- Dornbusch, Rudiger dkk. 2004. *Makro Ekonomi* edisi 8. Media Global Edukasi. Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 2* edisi 11. Indeks. Jakarta
- Lind, Douglas dkk. 2006. *Basic Statistic for Business & Economics*. Mc Graw Hill. Singapore
- Lubis, Arlina Nurbaiti. 2004. *Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk dan Jasa*. Universitas Sumatra Utara. Sumatera Utara
- Nopirin. 1992. *Ekonomi Moneter*. BPFE. Yogyakarta
- Rusastra, I Wayan dkk. 2003. *Struktur Pasar dan Pemasaran Gabah Beras dan Komoditas Kompetitor Utama*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Syahyanun. 2004. *Efektivitas Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Pencapaian Target Penjualan*. Universitas Sumatra Utara. Sumatera Utara
- Swastha, Basu dkk. 1988. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty. Yogyakarta
- _____. 2007. *Statistik Harga Konsumen Kota Bandar Lampung*. BPS Provinsi Lampung. Lampung

