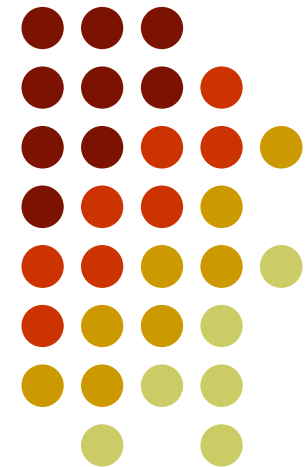


MARGIN PEMASARAN PRODUK PERTANIAN DAN ELASTITAS TRANSMISI

Lecture Notes :
Tatiek Koerniawati A., SP.MP.



Harga produk pertanian: antara teori dan realita



- Asumsi dasar teori harga dalam tata niaga produk pertanian adalah bahwa produsen bertemu langsung dengan konsumen akhir sehingga harga pasar merupakan perpotongan antara kurva penawaran dan permintaan.
- Realitasnya, aliran produk pertanian dari produsen ke konsumen harus menempuh jarak dan rantai pemasaran yang panjang

Konsep dasar margin pemasaran



- Dua sisi analitis: harga dan biaya pemasaran
- Dari aspek harga produk: margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima oleh petani produsen
- Pada tataniaga produk pertanian banyak lembaga pemasaran yang terlibat, jadi margin pemasaran didistribusikan di antara produsen, lembaga pemasaran dan konsumen

Konsep dasar: elastisitas transmisi



- Digunakan untuk menjelaskan rasio persentase perubahan harga di tingkat pengecer (konsumen) dan di tingkat petani produsen
- Informasi elastisitas transmisi bermanfaat untuk:
 - Memperbaiki efisiensi pemasaran
 - Stabilisasi harga antar daerah pemasaran
 - Mengurangi resiko produksi dan pemasaran
 - Dasar untuk formulasi kebijakan tataniaga



MARGIN PEMASARAN

- Komponen margin pemasaran:
 - Functional cost
 - Profit lembaga pemasaran
- Persamaan matematis margin pemasaran

$$M = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij} + \sum \pi_j$$



Persamaan matematis

- M adalah margin pemasaran
- C_{ij} adalah biaya pemasaran untuk melakukan fungsi pemasaran ke i oleh lembaga ke j
- π_j adalah keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran ke j
- m adalah jumlah jenis biaya pemasaran
- n adalah jumlah lembaga pemasaran

Modifikasi kurva penawaran dan kurva permintaan



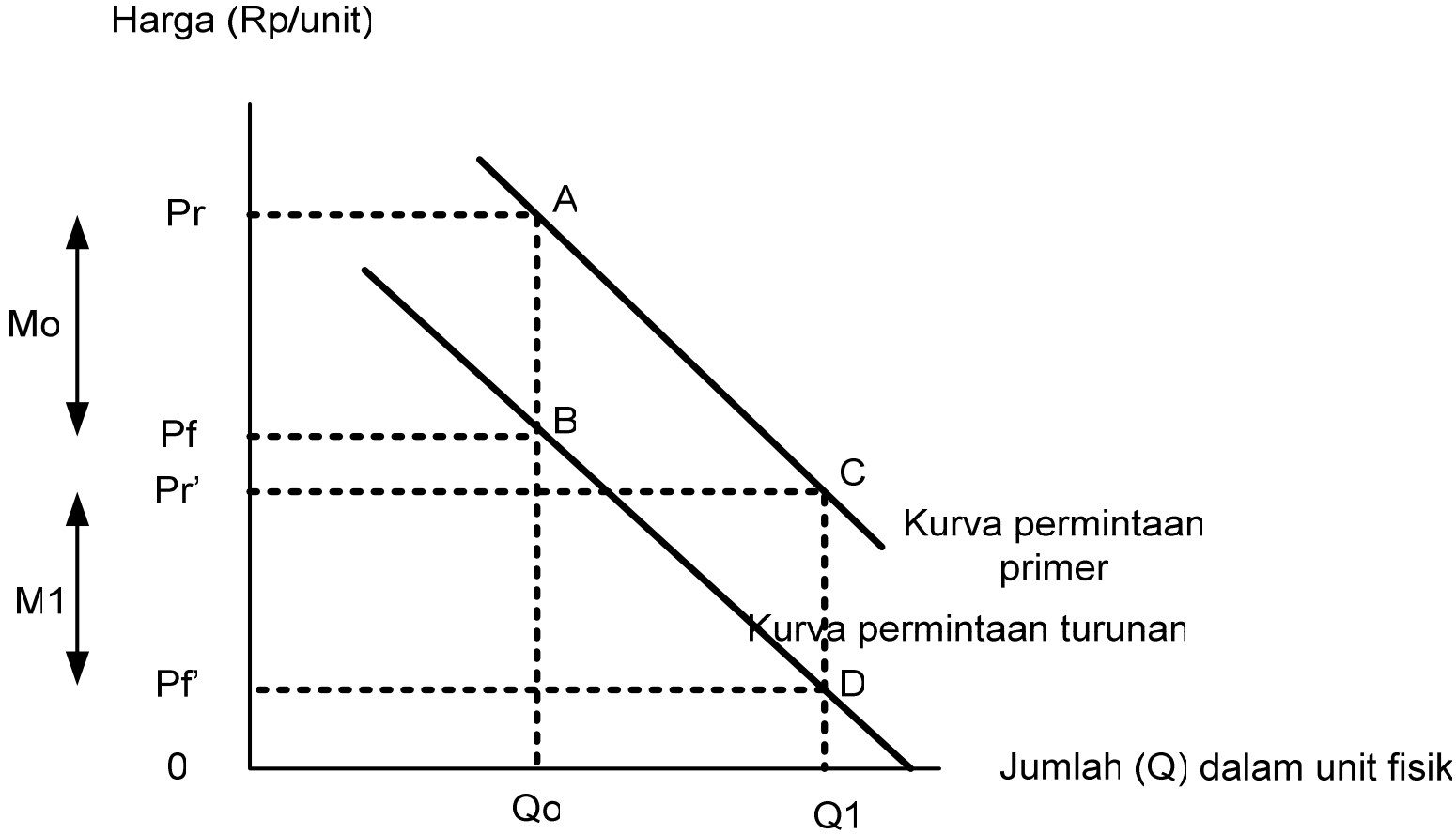
- Permintaan konsumen atas produk pertanian di tingkat pengecer disebut permintaan primer
- Permintaan produk pertanian oleh pedagang pengepul, tengkulak atau lembaga pemasaran lain di tingkat petani disebut permintaan turunan
- Penawaran produk pertanian oleh petani pada tengkulak adalah penawaran primer
- Penawaran produk pertanian oleh lembaga pemasaran kepada konsumen adalah penawaran turunan

Modifikasi kurva penawaran dan kurva permintaan



- Harga yang dibayarkan konsumen adalah harga di tingkat pengecer
- Harga tersebut merupakan perpotongan antara kurva permintaan primer dengan kurva penawaran turunan
- Harga di tingkat petani merupakan kurva permintaan turunan dengan kurva penawaran primer

Hubungan antara kurva permintaan primer dan kurva permintaan turunan

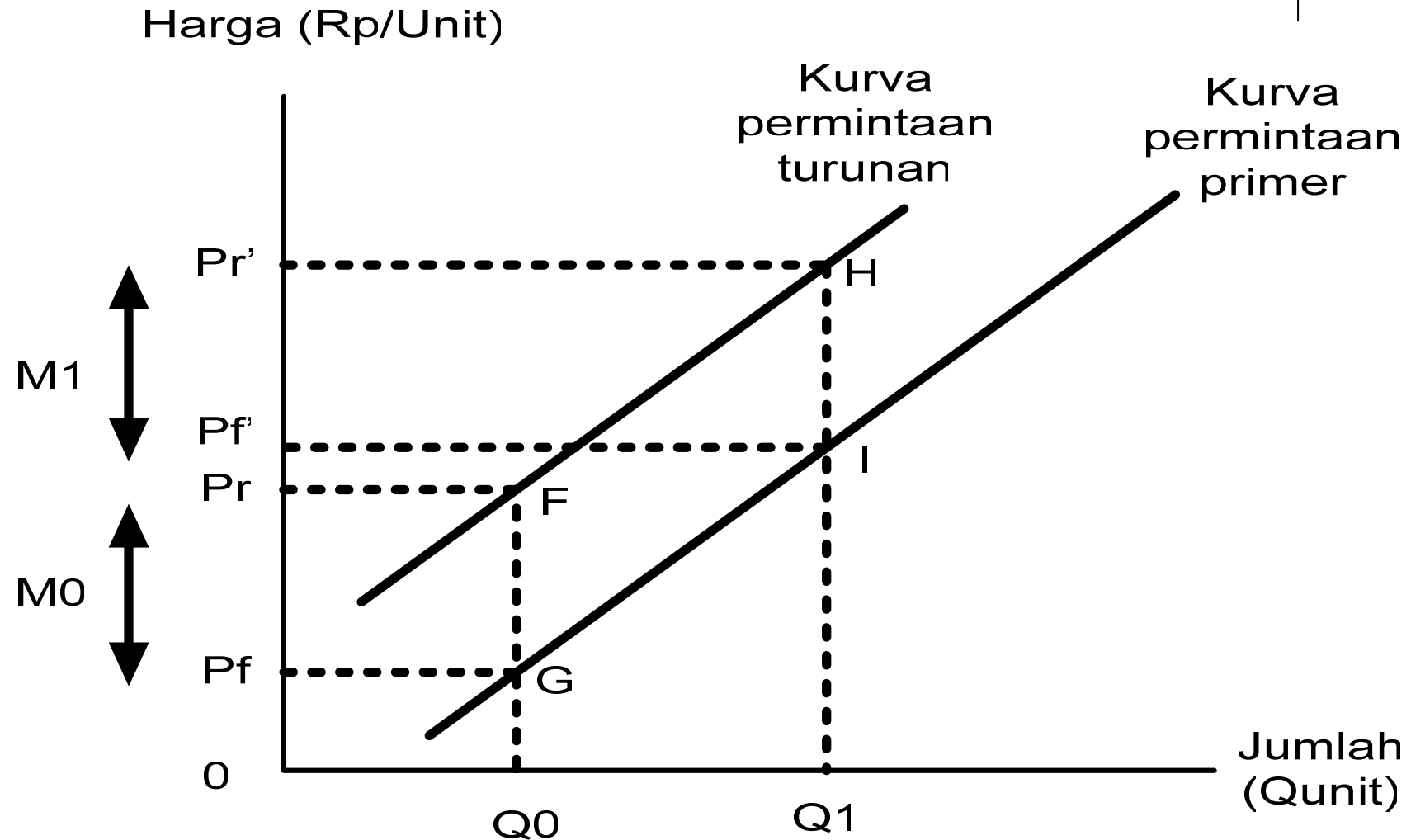


Hubungan antara kurva permintaan primer dan kurva permintaan turunan

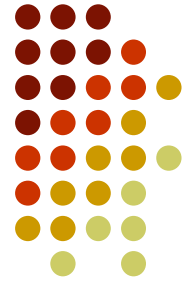


- $M_0 = A - B = P_r - P_f$
- $M_1 = C - D = P_r' - P_f'$
- Hubungan antara margin pemasaran dan jumlah permintaan produk pertanian:
 - Q bertambah ($Q_1 > Q_0$), margin pemasaran bertambah ($M_1 > M_0$)
 - $Q_1 > Q_0$, $M_1 = M_0$
 - $Q_1 > Q_0$, $M_1 < M_0$

Hubungan antara kurva penawaran primer dan kurva penawaran turunan

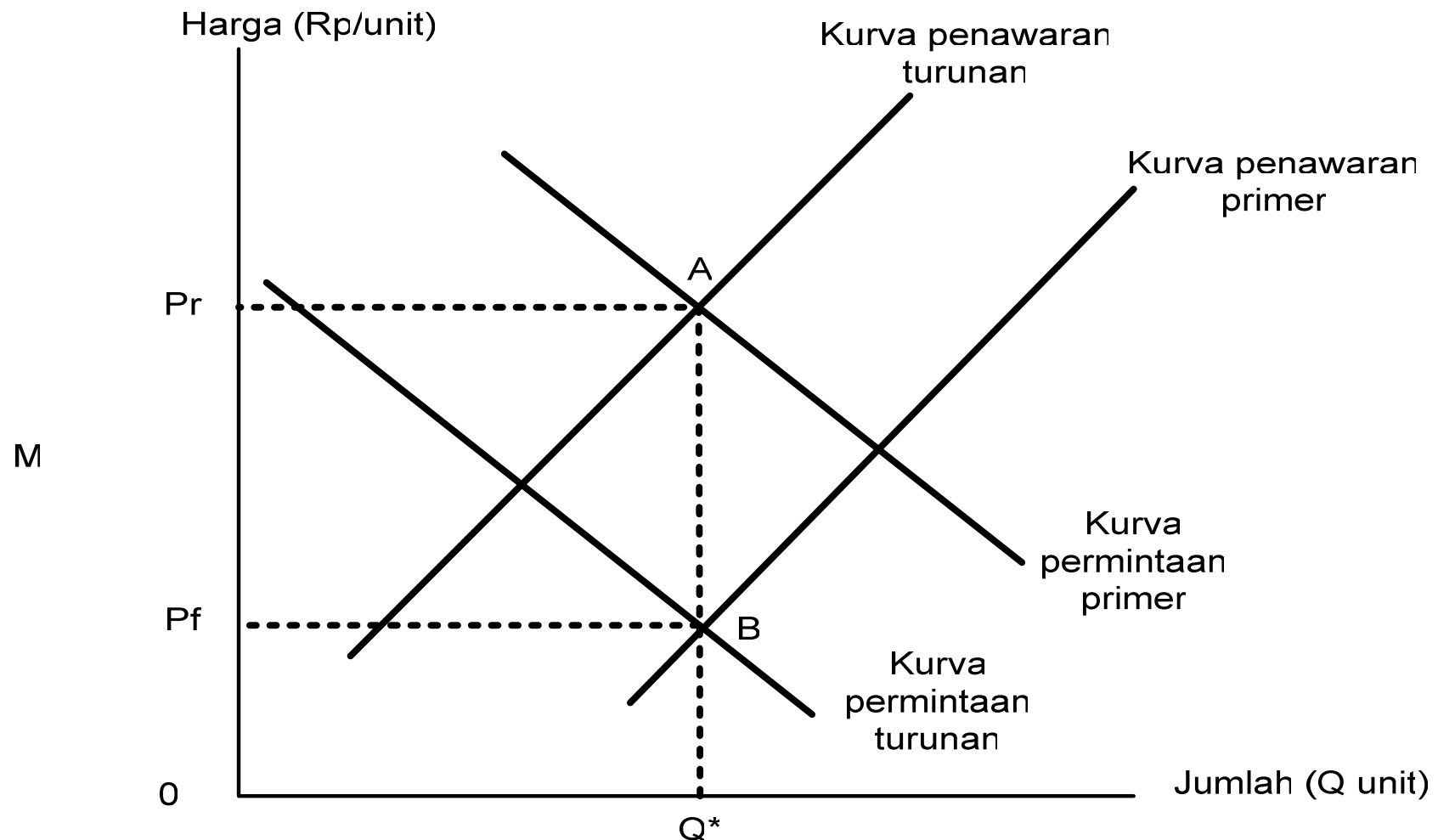
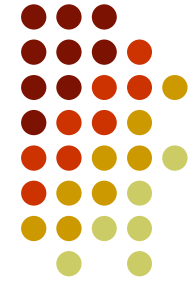


Hubungan antara kurva penawaran primer dan kurva penawaran turunan



- $M_0 = P_r - P_f = F - G$
- $M_1 = P_r' - P_f' = H - I$
- Hubungan :
 - $Q_1 > Q_0, M_1 > M_0$
 - $Q_1 > Q_0, M_1 = M_0$
 - $Q_1 > Q_0, M_1 < M_0$

Kurva permintaan dan penawaran produk pertanian



Kurva permintaan dan penawaran



- Kurva permintaan primer berpotongan dengan kurva penawaran turunan membentuk harga di tingkat pengecer (P_r)
- Kurva permintaan turunan berpotongan kurva penawaran primer membentuk harga di tingkat petani produsen (P_f)
- $M = P_r - P_f$, dengan asumsi jumlah produk pertanian yang ditransaksikan sama besar

Nilai margin pemasaran (VM)



- $VM = (Pr - Pf)Q^*$
 - VM = nilai margin pemasaran
 - Pr = harga di tingkat pengecer
 - Pf = harga di tingkat petani
 - Q^* = jumlah produk pertanian yang ditransaksikan
- Pada gambar 3 nilai margin pemasaran = luas segi empat PrPfBA

Margin pemasaran sebagai fungsi biaya



- Margin pemasaran merupakan fungsi dari biaya jasa pemasaran
- Jasa pemasaran adalah fungsi dari penambahan utility (form, place, time, possession utilities)
- Produk yang berbeda memiliki VM nya berbeda sebab biaya jasa pemasarannya juga berbeda
- Margin pemasaran tinggi tidak selalu mengindikasikan keuntungan yang tinggi, tergantung dari biaya pemasaran

Distribusi margin pemasaran



- Distribusi margin pemasaran adalah bagian keuntungan lembaga pemasaran atas biaya jasa yang telah dialokasikan untuk melakukan fungsi pemasaran
- $SB_{ij} = [c_{ij} / (P_r - P_f)] 100\%$
- $C_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - c_{ij}$
- $Sk_{j} = [P_{ij} / (P_r - P_f)] 100\%$
- $P_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - c_{ij}$



keterangan

- SB_{ij} = bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke i oleh lembaga pemasaran ke j
- C_{ij} = biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke i oleh lembaga pemasaran ke k
- P_r = harga di tingkat pengecer
- P_f = harga di tingkat petani
- H_{jj} = harga jual lembaga pemasaran ke j
- H_{bj} = harga beli lembaga pemasaran ke j
- Sk_j = bagian keuntungan lembaga pemasaran ke j

Perubahan margin pemasaran



- Jumlah yang dikonsumsi Q_c dipengaruhi oleh variabel harga eceran dan pendapatan konsumen
- Jumlah yang ditransaksikan lembaga pemasaran dipengaruhi oleh harga di tingkat petani, harga eceran dan variabel yang mempengaruhi perilaku tata niaga secara berkelompok
- Jumlah yang ditawarkan produsen dipengaruhi oleh harga di tingkat petani dan variabel eksogenous yang mempengaruhi produksi pertanian



Elastisitas transmisi

- Elastisitas transmisi adalah rasio perubahan harga di tingkat pengecer dan di tingkat petani
- $E_t = \frac{dP_r}{dP_f} \cdot \frac{P_f}{P_r}$
 - E_t = elastisitas transmisi
 - P_r = harga di tingkat pengecer
 - P_f = harga di tingkat petani
 - dP_r = perubahan harga di tingkat pengecer
 - dP_f = perubahan harga di tingkat petani



Elastisitas transmisi

- $E_t < 1$, 1% perubahan harga di tingkat pengecer, menyebabkan perubahan harga di tingkat petani kurang dari 1%
- $E_t = 1$, 1% perubahan harga di tingkat pengecer, menyebabkan perubahan harga di tingkat petani sama dengan 1%
- $E_t > 1$, 1% perubahan harga di tingkat pengecer, menyebabkan perubahan harga di tingkat petani lebih besar dari 1%

to be continued.

