

## **ANALISIS RANTAI NILAI AGROINDUSTRI MOCAF (MODIFIED CASSAVA FLOUR) DI KABUPATEN WONOGIRI**

**Nafi' Nur Setyaningsih<sup>1)</sup> Suhatmini Hardyastuti<sup>2)</sup> Any Suryantini<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Mahasiswa Magister Manajemen Agribisnis Universitas Gadjah Mada

<sup>2)</sup>Dosen Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada

### **ABSTRACT**

*The aims of this reasearch is to determine the value chain of agroindustry of modified cassava flour (mocaf) in Wonogiri, to mapping the actors in the value chain, to analyze activities in the value chain of agroindustry of mocaf, and to know the distribution of benefits for actors in the value chain. Selection of research location is done on purpose, this research is located in Wonogiri conducted during the harvest season of cassava from August until October 2014. The study was conducted with a purposive method with the entry point is the midstream segment (agroindustry of mocaf) then do a search with a snowball system to get a sample at the point before and after. The results of this reasearch shows there are four kinds of patterns that are relatively equal value chain and often used by each agroindustry, with the main performers determining in the mocaf value chain are suppliers of raw materials (farmers), processing of mocaf, and marketing actors of mocaf consisting of wholesalers and retailers. In each pattern value chain, the role of farmers still do not get high profits when compared with other actors. The use of chain-type pattern 1, pattern 2, and pattern 4 will expand the marketing and increase demand mocaf, while the use of pattern 3 will maximize profits on mocaf agro-industry.*

**Keywords:** *value chains, agroindustry, mocaf*

### **PENDAHULUAN**

Perubahan pola konsumsi makanan pada masyarakat memberikan dampak positif bagi upaya penganeekaragaman pangan. Perkembangan makanan olahan yang berbasis tepung semakin meningkat. Di sisi lain, penggunaan terigu sebagai bahan baku produk olahan tersebut menjadi permasalahan tersendiri mengingat kebutuhan terigu dicukupi dari impor gandum. Hal tersebut akan berdampak terhadap kerapuhan ketahanan pangan secara nasional karena untuk mencukupi komoditas impor sangat tergantung kepada kebijakan negara lain.

Menyadari kerentanan sistem ketahanan pangan, pada tahun 2005 Pemerintah mencanangkan program revitalisasi pertanian, perikanan, dan kehutanan (RPPK). Sejalan dengan program tersebut, Kementerian Pertanian sesuai amanat Perpres No 22 Tahun 2009 tentang Kebijakan Percepatan Penganeekaragaman Konsumsi Pangan Berbasis Sumberdaya Lokal, telah menetapkan Peningkatan Diversifikasi Pangan tahun 2011-2014 salah satunya dengan mencari potensi pangan lokal yang ada di Indonesia.

Komoditas tanaman pangan unggulan ketiga di Kabupaten Wonogiri setelah padi dan jagung adalah ubi kayu (*Manihot*

*utilissima*). Komoditas ini juga menjadikan Wonogiri sebagai daerah sentra utama ubi kayu di Propinsi Jawa Tengah. Pada tahun 2012, luas panen ubi kayu di Wonogiri mengalami kenaikan 1,55 persen dan produksi ubi kayu mengalami kenaikan 19,29 persen dibanding tahun sebelumnya. Wonogiri mengalami surplus pangan untuk komoditas ubi kayu sebesar 790.717 ton pada tahun 2012, angka tersebut mengalami kenaikan dibanding tahun sebelumnya sebesar 16,35 persen (Kabupaten Wonogiri Dalam Angka, 2013).

Berlimpahnya produksi ubi kayu ternyata belum sesuai dengan pendapatan yang diperoleh petani ubi kayu. Umumnya ubi kayu dijual dengan harga yang murah. Harga pasar ubi kayu adalah Rp. 3.000/kg, namun pada saat panen raya harga bisa menurun hingga Rp 700/kg. Salah satu alasan rendahnya harga ubi kayu adalah karena kekhawatiran petani akan sifat hasil panen yang *perishable* (cepat rusak).

Optimalisasi nilai tambah dicapai pada pola industri yang terintegrasi langsung dengan usaha tani keluarga dan perusahaan pertanian. Di Kabupaten Wonogiri, agroindustri yang berbasis ubi kayu salah satunya adalah agroindustri mocaf. Kurniati dkk (2013) menjelaskan bahwa tepung mocaf merupakan komoditas tepung *cassava* dengan teknik fermentasi sehingga produk yang dihasilkan memiliki karakteristik mirip seperti terigu, yaitu putih, lembut, dan tidak berbau singkong. Dengan karakteristik yang

mirip dengan terigu, tepung mocaf dapat menjadi komoditas substitusi tepung terigu.

Agroindustri mocaf merupakan industri pengolahan ubi kayu yang baru dikenalkan di Kabupaten Wonogiri sehingga dalam pengembangannya masih mengalami banyak hambatan. Analisis rantai nilai dalam agroindustri mocaf sangat penting karena berfungsi untuk memahami posisi biayanya. Efisiensi biaya atau peningkatan nilai tambah dapat membuat industri lebih kompetitif. Selain itu analisis rantai nilai berfungsi untuk mengidentifikasi cara-cara yang dapat digunakan untuk memfasilitasi implementasi dari strategi tingkat bisnis sehingga dapat mengoptimalkan kinerja pada masing-masing kegiatan demi terwujudnya agroindustri mocaf yang berkelanjutan.

Rich *et al.* (2011) banyak intervensi pembangunan saat ini yang menggunakan pendekatan rantai nilai sebagai poin penting untuk melibatkan petani kecil secara individu. Oleh karena itu, dengan adanya peluang untuk mengembangkan agroindustri mocaf di Kabupaten Wonogiri, maka penulis merasa perlu melakukan analisis rantai nilai (*value chain analysis*) agroindustri mocaf. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Memetakan rantai nilai untuk menggambarkan pelaku utama dan aliran-aliran aktivitas rantai nilai dalam agroindustri mocaf.
2. Menganalisis aktivitas dalam rantai nilai agroindustri mocaf.

3. Mengetahui distribusi manfaat bagi para pelaku dalam rantai nilai.

## METODE PENELITIAN

### Metode Dasar

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Penelitian ini dilaksanakan selama musim panen ubi kayu yaitu mulai bulan Agustus-Oktober 2014. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif. Pengambilan sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling* dengan *entry point* adalah segmen *midstream* (agroindustri mocaf) kemudian dilakukan penelusuran dengan sistem bola salju (*snowball*) untuk mendapatkan sampel pada titik sebelum dan sesudahnya. Responden dari penelitian ini adalah petani ubi kayu (23 responden), pengusaha agroindustri mocaf (9 responden), pedagang pengumpul *chip cassava* (4 responden) dan pedagang pengecer (12 responden).

### Metode Analisis

#### 1. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*)

Analisis rantai nilai dilakukan untuk menjawab tujuan pertama dan kedua. Menurut Kaplinsky (2000) pendekatan rantai nilai digunakan untuk menangkap interaksi pasar yang semakin dinamis dan untuk menguji keterkaitan antara pelaku yang terlibat dalam semua tahap saluran pemasaran.

Adapun data yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah data aktivitas primer dan

aktivitas pendukung yang dilakukan melalui penelusuran dimulai dari agroindustri mocaf kemudian terkait ke depan dan ke belakang yaitu dari *supplier* bahan baku sampai penjualan tingkat konsumen akhir. Selanjutnya memetakan hubungan antar pelaku yang terlibat dalam sebuah diagram.

#### 2. Analisis Biaya, Margin, dan Efisiensi Pemasaran

Analisis biaya dan margin dilakukan untuk menjawab tujuan ketiga. Setelah teridentifikasi para pelaku yang terlibat sepanjang rantai nilai agroindustri mocaf maka ditentukan pendapatan setiap pelaku yang diperoleh melalui hubungan input-output. Analisis biaya dan margin digunakan untuk mengetahui peran masing-masing segmen rantai nilai dalam memberikan kontribusi terhadap penambahan nilai sehingga dapat dijadikan acuan untuk langkah analisis selanjutnya.

Margin pemasaran (margin kotor) menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986) dihitung menggunakan rumus:

$$Mp = Pr - Pf$$

Di mana: Mp : margin pemasaran (Rp/Kg)

Pr : harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf : harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

Selanjutnya untuk menghitung efisiensi pemasaran menggunakan rumus:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Di mana: EP : efisiensi pemasaran (%)

TB : total biaya pemasaran  
(Rp/Kg)

TNP : total nilai produk (Rp/Kg)

Dengan kaidah keputusan :

0 – 33% = Efisien

34 – 67% = Kurang Efisien

68 – 100% = Tidak Efisien

Tingkat kompetisi lembaga pemasaran akan diukur dengan indeks monopoli (MPI) sebagai berikut:

$$MPI = \frac{Mp}{Cv}$$

Di mana:

Mp : marjin pemasaran (Rp/Kg)

Cv : total biaya variabel pemasaran (Rp/Kg)

MPI yang lebih tinggi menunjukkan tingkat monopoli yang lebih tinggi (Jamhari dan Yonekura, 2003)

## PEMBAHASAN

### 1. Pemetaan Rantai Nilai Agroindustri Mocaf

Agroindustri mocaf di Kabupaten Wonogiri memiliki potensi yang tinggi seiring dengan meningkatnya minat masyarakat menggunakan mocaf sebagai pengganti tepung terigu. Keberlanjutan agroindustri mocaf sangat dipengaruhi aliran produk dari para pelaku pendukungnya. Aktivitas-aktivitas yang tercakup dalam rantai tidak dapat berdiri sendiri karena saling berkaitan satu sama lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum pola rantai pada rantai nilai agroindustri mocaf dimulai dari mata rantai pertama (*upstream*) yaitu petani ubi kayu sebagai pemasok bahan baku, mata rantai

kedua (*midstream*) yaitu produsen sebagai pengolah ubi kayu menjadi mocaf, dan mata rantai ketiga (*downstream*) yaitu pasar yang terdiri dari pedagang pengumpul (pengumpul) dan pedagang pengecer.

#### a. Pemasok Sarana Produksi Mocaf

Mata rantai ini terdiri dari petani ubi kayu dan pengumpul ubi kayu. Sarana produksi mocaf terdiri dari bahan baku utama dan bahan baku penunjang. Bahan baku utama yaitu ubi kayu biasanya diperoleh langsung dari petani. Jarang sekali pengolah membeli ubi kayu dari pengumpul.

Rata-rata luas panen ubi kayu yang dimiliki oleh petani pemasok bahan baku mocaf adalah 352,17 m<sup>2</sup> dengan rata-rata produksi 1900 kg per tahun. Rata-rata jumlah ubi kayu yang dipasokkan oleh petani untuk bahan baku mocaf adalah 1.282,61 kg per petani, selebihnya diolah menjadi tepung tapioka atau dikonsumsi sendiri. Kisaran harga ubi kayu di Kabupaten Wonogiri adalah Rp 500 - 800 per kilogram saat musim panen, dan Rp 800 -Rp 1100 diluar musim panen.

#### b. Pengolah Tepung Mocaf

Pada umumnya pengolahan ubi kayu menjadi mocaf dilakukan sepenuhnya oleh pengusaha. Seluruh kegiatan yang dilakukan di dalamnya melibatkan pemberdayaan anggota keluarga.

Secara teknis, produksi mocaf sangat sederhana yaitu seperti pembuatan tepung ubi kayu tetapi disertai dengan fermentasi. Ubi kayu yang dibeli dari petani

selanjutnya dikupas, dicuci, dan dirajang. Setelah itu hasil rajangan ubi kayu direndam ke dalam air yang telah dicampurkan garam untuk proses fermentasi. Lama proses pembuatan tepung mocaf berlangsung sekitar 5 hari dalam kondisi cuaca panas terik untuk penjemuran.

Tidak semua industri pengolahan mocaf di Kabupaten Wonogiri memasarkan produk akhir berupa tepung mocaf, beberapa diantaranya melakukan proses produksi hanya sampai pada produk akhir berupa *chip cassava*. Total rata-rata produksi mocaf di Wonogiri pada tahun 2013 adalah 108 ton per tahun atau 11 ton per tahun untuk setiap unit usaha.

#### c. Pedagang Tepung Mocaf

Proses pemasaran masuk dalam segmen *downstream* yaitu mata rantai ketiga. Pedagang pengumpul sebagai pelaku keempat dalam rantai nilai agroindustri mocaf berperan sebagai penyalur pemasaran pertama. Pedagang pengumpul berperan dalam proses lanjutan seperti penggilingan, sortasi dan

pengemasan, penyimpanan, distribusi dan transportasi serta pemasaran.

Pelaku selanjutnya atau sebagai pelaku kelima dalam mata rantai ketiga yaitu pedagang pengecer. Peran ini berpengaruh langsung terhadap permintaan mocaf di pasar mengingat fungsinya sebagai penyalur kepada konsumen akhir. Dalam rantai nilai agroindustri mocaf di Kabupaten Wonogiri, beberapa pedagang pengecer juga berperan sebagai konsumen.

#### d. Konsumen Tepung Mocaf

Pelaku terakhir yang terkait dalam rantai nilai agroindustri mocaf adalah konsumen. Dalam penelitian ini, yang dimaksud konsumen adalah pembeli tepung mocaf. Harga tepung mocaf pada tingkat konsumen adalah sama yaitu Rp 6.000,00/kg. Konsumen mocaf terdiri dari industri kecil makanan ringan, pedagang gorengan, dan ibu rumah tangga. Tepung mocaf digunakan sebagai campuran tepung terigu atau tepung beras dalam pembuatan kue basah, kue kering, gorengan, mi kering, tempe keripik, keripik sukun.

Tabel 1. Hubungan antar pelaku yang terjadi dalam rantai nilai agroindustri mocaf

Pelaku	Produk	Sistem Pembayaran
Petani – Pengolah	Ubi kayu segar, satuan penjualan per kilogram (Kg)	Tunai, uang muka
Pengolah – Pengumpul	<i>Chips cassava</i> , satuan penjualan per kilogram (Kg)	Tunai, uang muka
Pengolah – Pengecer	Tepung mocaf, satuan per kilogram (Kg)	Non Tunai
Pengolah – Konsumen	Tepung mocaf, satuan per kilogram (Kg)	Tunai
Pengumpul – Pengecer	Tepung mocaf, satuan per kilogram (Kg)	Non Tunai
Pengumpul – Konsumen	Tepung mocaf, satuan per kilogram (Kg)	Tunai
Pengecer – Konsumen	Tepung mocaf, satuan per kilogram (Kg)	Tunai

Sumber : Analisis Data Primer, 2014

Penjualan ubi kayu oleh petani serta keterlibatan lembaga-lembaga pemasaran yang terkait dengan agroindustri mocaf hingga ke tingkat konsumen akan membentuk berbagai pola rantai nilai. Secara umum rantai nilai agroindustri mocaf di Kabupaten Wonogiri terbentuk menjadi 4 pola saluran yaitu:

- a. Pola 1 yaitu Petani → Pengolah mocaf → Pengumpul mocaf → Pedagang pengecer → Konsumen.
- b. Pola 2 yaitu Petani → Pengolah mocaf → Pengumpul mocaf → Konsumen.
- c. Pola 3 yaitu Petani → Pengolah mocaf → Konsumen.

d. Pola 4 yaitu Petani → Pengolah mocaf → Pedagang pengecer → Konsumen.

## 2. Aktivitas dalam Rantai Nilai

Hasil dari pemetaan rantai nilai agroindustri mocaf akan memperlihatkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh para pelaku yang terlibat di dalam rantai nilai. Identifikasi aktivitas pada setiap pelaku berfungsi untuk mengetahui kemungkinan terdapat kegiatan yang tumpang tindih di dalam rantai nilai.

Efisiensi aktifitas dalam rantai nilai tentu akan meningkatkan manfaat yang dihasilkan. Aktivitas inti dari setiap pelaku dapat dipetakan kedalam bentuk diagram alir seperti berikut ini:



Gambar 1. Aktivitas Dalam Rantai Nilai Agroindustri Mocaf  
(Analisis Data Primer, 2014)

Peta aktivitas yang dihasilkan (Gambar 1) masih menggambarkan aktivitas para pelaku secara umum. Peta tersebut kemudian dikembangkan lebih lanjut dengan merinci proses inti menjadi kegiatan-kegiatan spesifik yang dijalankan oleh pelaku yang berbeda-beda sebagaimana telah teridentifikasi. Rincian dari kegiatan inti menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih spesifik akan membantu dalam langkah selanjutnya yaitu analisis biaya dan margin dari masing-masing pelaku.

#### a. Pola 1

Tipe rantai pola 1 merupakan rantai yang melibatkan pelaku terbanyak dibandingkan dengan tipe rantai pola yang lain. Petani berperan dalam usahatani dan memasok ubi kayu kepada pengolah, selanjutnya pengolah mocaf berperan dalam proses produksi (pengolahan) hingga menghasilkan produk berupa *chips cassava*. Hubungan yang terjalin antara petani dengan pengolah bersifat langganan. Hubungan ini menguntungkan bagi pengolah karena petani telah mengetahui kriteria ubi kayu yang diinginkan oleh pengolah. Kriteria ubi kayu yang digunakan adalah ubi kayu segar dengan umur tanam antara 9-10 bulan. Sistem pembayaran antara petani ubi kayu dengan pengolah mocaf biasanya menggunakan sistem pembayaran tunai (pola 1-pola 4).

Pada tipe rantai pola 1, *chips cassava* yang dihasilkan oleh pengolah kemudian dibeli oleh pedagang pengumpul. Sistem pembayaran antara pengolah dengan

pedagang pengumpul adalah pembayaran tunai. Pedagang pengumpul mocaf berperan mengumpulkan mocaf serta sebagai pengendali mutu mocaf, selanjutnya proses *finishing* yaitu menggiling dan mengemas juga dikerjakan oleh pedagang pengumpul.

Pemasaran pertama tepung mocaf dalam rantai pola 1 dimulai oleh pedagang pengumpul yaitu menyalurkan mocaf kepada pengecer yang ada di toko kelontong maupun di pasar daerah. Pola dagang yang dilakukan antara pedagang pengumpul dengan pengecer biasanya berbentuk konsinyasi. Kemudian pedagang pengecer melakukan pemasaran hingga ke tangan konsumen dengan sistem pembayaran tunai.

#### b. Pola 2

Pada pola 2, peran pedagang pengumpul merangkap sebagai pengumpul mocaf sekaligus melakukan penjualan mocaf secara langsung kepada konsumen akhir tanpa perantara pengecer. Dalam kondisi ini, laba yang dihasilkan oleh pedagang pengumpul menjadi lebih tinggi dibandingkan pada pola 1.

#### c. Pola 3

Pada beberapa rantai nilai, spesialisasi peran seringkali tidak terjadi. Satu pelaku akan menjalankan peran yang berbeda seperti yang terlihat pada pola rantai nilai agroindustri mocaf dengan tipe rantai pola 3. Pada pola 3, pengolah mocaf melakukan kegiatan pengolahan produk hingga penjualan produk diterima langsung oleh konsumen.

Tipe rantai pola 3, peran pengolah merangkap sebagai produsen tepung mocaf sekaligus melakukan *finishing* dan pemasaran hingga penjualan kepada konsumen akhir. Pada pola ini laba yang dihasilkan dari penjualan tepung mocaf diserap seluruhnya oleh pengolah. Pengolah mocaf mendapatkan laba terbesar per kilogramnya jika menggunakan rantai pola 3. Namun jika dilihat dari segi pemasaran, tipe rantai pola 3 belum maksimal jika dibandingkan dengan tipe rantai pola 1, pola 2, dan pola 4 yang melibatkan pedagang di dalam rantai.

d. Pola 4

Kondisi yang berbeda ditunjukkan oleh tipe rantai pola 4 yaitu terdapat

hubungan langsung antara pengolah dengan pedagang pengecer.

### 3. Distribusi Manfaat dalam Rantai Nilai

Dalam kegiatan pemasaran dari masing-masing pelaku rantai nilai pada agroindustri mocaf di Kabupaten Wonogiri besarnya margin pemasaran tersebut dipengaruhi oleh besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh produsen yaitu pengolah mocaf maupun pedagang pengecer serta kekuatan tawar menawar baik antara petani dan pedagang pengumpul, petani dan pengolah, serta pedagang pengecer dengan konsumen. Kompilasi rata-rata biaya dapat dilihat dari tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Kompilasi Rata-Rata Biaya Dari Berbagai Pelaku Dalam Rantai Nilai (Dalam Rupiah)

Jenis Biaya	Pelaku 1 (per musim)	Pelaku 2 (per produksi)	Pelaku 3 (per 1 ton mocaf)	Pelaku 4 (per 1 ton mocaf)
Variabel	1.340.383,83	3.075.542,22	4.457.280,00	5.250.000,00
Tetap	33.086,96	19.461,46	-	-
Transaksi	63.478,26	-	112.720,00	-
Total Biaya	1.436.949,05	3.095.003,68	4.570.000,00	5.250.000,00

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Perbedaan mendasar yang menyebabkan perbedaan jumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh masing-masing pelaku disebabkan oleh pembelian bahan baku. Pada pelaku 1 yaitu petani, bahan baku masih berupa ubi kayu segar. Sedangkan pada pelaku 2 yaitu pengolah mocaf, ubi kayu diolah menjadi *chips cassava* dan tepung

mocaf. Pada pelaku 3 yaitu pedagang pengumpul, terjadi perubahan bentuk dari *chips cassava* menjadi tepung mocaf. Pelaku 4 yaitu pedagang pengecer membeli produk dalam bentuk jadi yaitu tepung mocaf yang telah dikemas sesuai kebutuhan konsumen. Hal ini menyebabkan harga beli bahan baku pada tingkat pengecer adalah yang tertinggi.

Tabel 3. Perhitungan Margin Pada Masing-Masing Pelaku Rantai Nilai

Pelaku Rantai Nilai	Biaya (Rp)		Harga per Kg (Rp)	Keuntungan		Marjin Pemasaran (Rp/Kg)	Distribusi Marjin (%)
	Biaya Tambahan per Kg	Total Biaya per Kg		Laba per Kg (Rp)	% Laba		
Pola 1							
1. Petani	33,41	756,29	805,56	49,27	2,48	805,56	13,43
2. Pengolah	2.183,05	2.969,15	3.500,00	530,85	26,67	2.694,44	44,91
3. pengumpul	1.090,00	4.590,00	5.500,00	910,00	45,73	2.000,00	33,33
4. Pengecer	-	5.500,00	6.000,00	500,00	25,12	500,00	8,33
Pola 2							
1. Petani	33,41	756,29	805,56	49,27	2,48	805,56	13,426
2. Pengolah	2.163,59	2.969,15	3.500,00	530,85	26,67	2.694,44	44,907
3. Pengumpul	1.090,00	4.590,00	6.000,00	1.410,00	70,85	2.500,00	41,667
Pola 3							
1. Petani	33,41	756,29	805,56	49,27	1,74	805,56	13,43
2. Pengolah	2.410,82	3.216,38	6.000,00	2.783,62	98,26	5194,44	86,57
Pola 4							
1. Petani	33,41	756,29	805,56	81,03	1,74	805,56	13,426
2. Pengolah	2.410,82	3.216,38	5.000,00	1.783,62	62,96	4.194,44	69,907
3. Pengecer	-	5.000,00	6.000,00	1.000,00	35,30	1.000,00	16,667

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Penjualan mocaf oleh pengolah dalam bentuk *chip cassava* akan memberikan pengurangan dalam biaya produksi yaitu biaya penggilingan, sehingga pada tingkat pedagang pengumpul memberikan biaya tambahan untuk penggilingan *chip cassava* dan transportasi.

Pada tipe rantai pola 1 (Tabel 3), petani menjual ubi kayu langsung kepada pengolah dengan harga rata-rata Rp 805,56/kg, lalu setelah diolah menjadi bentuk *chip cassava* dijual oleh pengolah dengan harga Rp 3.500,00/kg kepada pedagang pengumpul. Pada penjualan ini pengolah mengambil keuntungan sebesar Rp 530,85. Pada pedagang pengumpul *chip cassava* digiling, dikemas dan dijual dengan harga Rp 5.500,00/kg kepada pengecer. Selanjutnya pengecer menjual pada konsumen dengan

harga Rp 6.000,00/kg. Pada pola 1 ini, pelaku yang mendapatkan keuntungan terbesar adalah pedagang pengumpul sebesar Rp 910,00/kg (45,73%).

Tipe rantai pola 2 masih sama halnya dengan pola 1, hanya saja produk dari pedagang pengumpul langsung disalurkan kepada konsumen tanpa melalui pengecer. Pada pola 2, keuntungan terbesar diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp 1.410,00/kg (70,85%).

Tipe rantai pola 3 merupakan gambaran rantai nilai agroindustri mocaf yang terpendek. Produk yang dijual oleh pengolah sudah dalam bentuk tepung mocaf. Pada pola 3 ini, pemasaran mocaf dari pengolah langsung disalurkan kepada konsumen dengan harga Rp 6.000,00/kg. Dari harga jual

dapat diketahui bahwa pola 3 memberikan keuntungan terbesar pada pengolah.

Pada tipe rantai pola 4, rangkaian rantai nilai hampir sama dengan pola 2 namun pemasaran mocaf tidak melalui pedagang pengumpul melainkan langsung melalui pengecer. Harga mocaf pada tingkat pengecer pada pola 4 ini adalah Rp 5.000,00/kg. Pada pola ini, keuntungan terbesar terdapat pada tingkat pengolah yaitu sebesar Rp 1.783,62/kg (62,96%).

Distribusi marjin pada tingkat pedagang pengumpul pada pola 1 dan pola 2 terdapat perbedaan, begitu pula dari keuntungan yang dihasilkan. Hal ini disebabkan karena harga yang beragam pada penjualan akhir di tingkat

konsumen akan mempengaruhi besarnya marjin yang ditimbulkan pada masing-masing pelaku yang terlibat dalam pemasaran. Kondisi ini berbeda pada tingkat petani, besarnya distribusi marjin pada petani menunjukkan nilai terendah pada setiap pola rantai yang dihasilkan.

Jika dilihat secara menyeluruh pelaku-pelaku yang terlibat pada masing-masing pola rantai nilai dari pola 1 sampai dengan pola 4, keuntungan yang dapat dinikmati oleh petani ubi kayu sangat kecil yaitu rata-rata mulai dari 1,74 – 2,48 % atau hanya 2,5% dari seluruh keuntungan yang diperoleh dari masing pola rantai nilai.

Tabel 4. Efisiensi Pemasaran Tiap-tiap Pola Rantai yang Terlibat dalam Rantai Nilai Agroindustri Mocaf

No.	Tipe Rantai Nilai	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Nilai Penjualan (Rp)	Efisiensi Pemasaran (%)
1.	Pola 1	3.287,00	6.000,00	55
2.	Pola 2	3.287,00	6.000,00	55
3.	Pola 3	2.444,23	6.000,00	41
4.	Pola 4	2.444,23	6.000,00	41

Sumber : Analisis Data Primer, 2014

Pemasaran yang efisien apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran.

Tabel 4 menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran pada pola 1 sampai pola 4 menunjukkan kurang efisien karena nilai EP berkisar antara 34-67%.

Tabel 5. Indeks Monopoli Rantai Nilai Agroindustri Mocaf

Tipe Rantai	Aktor	Total biaya Variabel (Rp)	Marjin Pemasaran (Rp)	MPI	MPI Gabungan
Pola 1	Petani	-	805,56	$\infty$	1,83
	Pengolah	2.163,59	2.694,44	1,25	
	Pengumpul	1.090,00	2.000,00	1,83	
	Pengecer	-	500,00	$\infty$	
Pola 2	Petani	33,41	805,56	$\infty$	1,83
	Pengolah	2.163,59	2.694,44	1,25	
	Pengumpul	1.090,00	2.500,00	2,29	
Pola 3	Petani	33,41	805,56	$\infty$	2,45
	Pengolah	2.410,82	5.194,44	2,15	
Pola 4	Petani	33,4	805,56	$\infty$	2,45
	Pengolah	2.410,82	4.194,44	1,74	
	Pengecer	-	1.000,00	$\infty$	

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Pada tabel 5, nilai indeks monopoli ditingkat pedagang pengumpul pada rantai pola 1 dan pola 2 relatif tertinggi dibanding pelaku yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan pedagang pengumpul dalam rantai paling mendominasi dalam penentuan harga. Nilai indeks monopoli pengolah mocaf pada rantai pola 3 dan pola 4 juga menunjukkan bahwa pengolah mocaf mendominasi rantai. Jika dikaitkan, pelaku yang berperan memasarkan tepung mocaf ke tingkat pengecer sangat berpengaruh dalam menentukan harga.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan yang dapat di ambil dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pelaku-pelaku pada agroindustri mocaf di Kabupaten Wonogiri terdiri dari pemasok bahan baku yaitu petani ubi kayu, pengusaha pengolah mocaf, serta pelaku pemasaran mocaf yang terdiri dari

pedagang pengepul dan pedagang pengecer.

2. Rantai nilai agroindustri mocaf di Kabupaten Wonogiri memiliki 4 pola rantai yang relatif sama dan sering digunakan oleh masing-masing agroindustri mocaf.
3. Pola rantai nilai agroindustri mocaf di Wonogiri belum efisien.
4. Pada masing-masing pola rantai nilai, peran petani masih belum mendapatkan keuntungan yang tinggi bila dibandingkan dengan pelaku yang lain.
5. Penggunaan tipe rantai pola 1, pola 2, dan pola 4 akan memperluas pemasaran dan meningkatkan permintaan mocaf, sedangkan penggunaan pola 3 akan memaksimalkan keuntungan pada agroindustri mocaf.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2013. *Kabupaten Wonogiri dalam Angka 2013*. BPS. Wonogiri.
- Hanafiah dan Saefuddin, 1986. *Tata Niaga Hasi Perikanan*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Kaplinsky, R. 2000. Globalisation and Unequalization: What Can be Learned From Value Chain Analysis? *The Journal of Development Study*. 37(2):117-146.
- Kurniati, L. I., Aida, N., Gunawan, S., dan T. Widjaja. 2012. Pembuatan *Mocaf (Modified Cassava Flour)* dengan Proses Fermentasi Menggunakan *Lactobacillus Plantarum*, *Saccharomyces Cereviseae*, dan *Rhizopus Oryzae*. *Jurnal Teknik Pomits*. 1(1):1-6.
- Rich, K. M., Ross, R. B., Baker, A. D., and A. Negassa. 2011. Quantifying Value Chain Analysis in The Context of Livestock Systems in Developing Countries. *Food Policy*. 36:214-222.
- Jamhari, dan Yonekura, H. 2003. *Efficiency of Rice Distribution Between Margokaton Village and Yogyakarta*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.