

## **ANALISIS PEMASARAN BERAS DI DESA LAANTULA JAYA KECAMATAN WITA PONDA KABUPATEN MOROWALI**

### **Marketing Analysis Of Rice In Laantula Jaya Village Wita Ponda Subdistrict, District Of Morowali**

**Taufik<sup>1)</sup>, Hadayani<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

e-mail: mohammadtaufik489@gmail.com, yaniansa@gmail.com

Jl. Soekarno Hatta KM 9, Tondo-Palu 94118, Sulawesi Tengah Telp 0451-429738

#### **ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the rice marketing channel, the amount of marketing margin obtained by each marketing agency in each rice marketing channel, the size of the portion of prices received by farmers in each rice marketing channel, and knowing the efficiency of marketing rice. This research was conducted in Laantula Jaya Village, Wita Ponda Sub-District, Morowali Regency by taking 37 respondents from 230 farmers using simple random sampling method, determining the merchant respondents used by tracing sampling as many as 8 traders so that the total number 50 respondents. The results of the analysis show that the rice marketing channel in Laantula Jaya Village, Wita Ponda District, Morowali Regency, has two marketing channels. The total marketing margin of rice obtained for the first channel is IDR 2,000 and the total marketing margin of rice obtained for the second channel is IDR 2,400. The portion of the price received by the first channel farmer is 79.59% and the portion of the price received by the farmer in the second channel is 76.47%, so the largest portion received by the farmer is on the first channel. This first channel has an efficiency of 2.97%, while the second channel has an efficiency value of 6.64%. Of the two rice marketing channels, the efficient channel is the first channel.

**Keywords:** Marketing of Rice, Margin, Efficiency.

#### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui saluran pemasaran beras, besarnya margin pemasaran yang diperoleh setiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran beras, besarnya bagian harga yang diterima oleh petani pada masing-masing saluran pemasaran beras, dan mengetahui efisiensi pemasaran beras. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Laantula Jaya Kecamatan Wita Ponda Kabupaten Morowali dengan mengambil 37 responden dari 230 petani dengan menggunakan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling method*), penentuan responden pedagang digunakan dengan cara penjajakan (*tracing sampling*) sebanyak 8 orang pedagang sehingga jumlah keseluruhan responden sebanyak 50 orang. Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran pemasaran beras di Desa Laantula Jaya Kecamatan Wita Ponda Kabupaten Morowali terdapat dua saluran pemasaran. Total margin pemasaran beras yang diperoleh untuk saluran pertama yaitu sebesar Rp 2.000 dan total margin pemasaran beras yang diperoleh untuk saluran kedua sebesar Rp 2.400. Bagian harga yang diterima petani saluran pertama sebesar 79,59% dan bagian harga yang diterima petani pada saluran kedua sebesar 76,47%, sehingga bagian yang paling besar diterima petani adalah pada saluran pertama. Saluran pertama ini efisiensinya sebesar 2,97%, sedangkan pada saluran kedua nilai efisiensinya sebesar 6,64%. Dari dua saluran pemasaran beras tersebut, saluran yang efisien adalah saluran pertama.

**Kata Kunci:** Pemasaran Beras, Margin, Efisiensi.

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu basis yang sangat diharapkan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi, baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang. Pembangunan di sektor pertanian perlu mendapat perhatian yang serius dari beberapa pihak, mengingat bahwa hampir sebagian besar masyarakat Indonesia hidup dan bermata pencarian sebagai petani. Subsektor tanaman pangan di Provinsi Sulawesi Tengah merupakan subsektor pendukung utama sektor pertanian setelah subsektor perkebunan (Sisfayuni dkk,2008).

Salah satu komoditi utama subsektor tanaman pangan adalah padi, tanaman padi merupakan komoditi penting bagi seluruh masyarakat Indonesia, beberapa tanaman pangan dapat dijadikan sebagai bahan makanan pokok karena mengandung sumber energi dan protein yang dibutuhkan tubuh manusia dan salah satunya adalah beras, yang memiliki karbohidrat yang dibutuhkan oleh tubuh (Nurhidayah, 2017).

Beras merupakan bahan pangan pokok bagi penduduk Indonesia yang memberikan energi dan zat gizi yang tinggi. Peran beras, selain sebagai sumber pangan pokok juga menjadi sumber penghasil bagi petani dan kebutuhan hidup sehari-hari bagi jutaan penduduk. Beras juga bisa dijadikan sebagai komoditi politik karena keberadaannya tidak dapat digantikan oleh komoditas lain dan harus dalam jumlah yang memadai. Meskipun pemerintah telah mengupayakan diversifikasi pangan, namun sampai saat ini belum mampu mengubah preferensi penduduk terhadap bahan pangan beras (Kusnanto 2016).

Kegiatan pemasaran dalam sektor pertanian merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berperan menghubungkan kepentingan petani dengan konsumen, baik untuk produksi primer, setengah jadi, maupun olahan jadi. Kegiatan tersebut, petani memperoleh imbalan sesuai dengan volume dan harga yang berlaku pada saat terjadinya transaksi. Pemasaran tersebut

mengharapkan memberikan keuntungan yang proposional bagi petani sesuai dengan biaya, resiko dan pengorbanan yang sudah dikeluarkan (Sudiyono, 2004).

Produksi Beras di Sulawesi Tengah dari tahun 2012-2016 mengalami fluktuasi. Selama 5 tahun terakhir produksi Beras di Provinsi Sulawesi Tengah rata-rata sebesar 646.889 Ton/Tahun dengan luas panen sebesar 230.142 Ha (BPS Provinsi Sulawesi Tengah, 2017).

Kabupaten Morowali merupakan salah satu daerah penghasil beras di Sulawesi Tengah. Kabupaten Morowali akan selalu berusaha untuk meningkatkan hasil produksinya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sebagian besar di Kabupaten Morowali merupakan lahan yang produktif untuk dikembangkan. Pada tahun 2016 luas panen tanaman padi di Kabupaten Morowali sebesar 10.674 ha dengan hasil produksi beras sebesar 31.383 Ton pada tingkat produktivitas sebesar 2,94 Ton/ha (BPS Provinsi Sulawesi Tengah, 2017).

Kecamatan Wita Ponda merupakan daerah penghasil Beras terbesar di Kabupate Morowali dengan luas panen sebesar 4.675 Ha dengan hasil produksi 13.840 Ton pada tingkat produktivitas sebesar 2,96 Ton/Ha (BPS Kabupaten Morowali,2017).

Desa Laantula Jaya merupakan Desa penghasil beras terbesar di Kecamatan Wita Ponda dengan luas panen 876 Ha dan produksi sebesar 3.288 Ton beras pada tingkat produktivitas 3,75 Ton/Ha (BP3 Kecamatan Wita Ponda, 2017).

Proses pemasaran beras di Desa Laantula Jaya Kecamatan Wita Ponda Kabupaten Morowali memiliki saluran pemasaran yaitu melalui beberapa lembaga pemasaran, hingga akhirnya sampai kepada konsumen akhir, dimana petani sebagai produsen seharusnya mendapatkan harga yang sesuai, sehingga petani mendapatkan keuntungan dari produk yang dihasilkannya. Pemasaran beras di Desa Laantula Jaya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan

harga yang relatif besar antara jumlah yang dibayarkan oleh konsumen dengan jumlah harga yang ditentukan oleh produsen. Harga ditingkat produsen rata-rata Rp7.800/kg, sedangkan harga ditingkat konsumen Rp 10.200/k. Perbedaan ini mempengaruhi margin pemasaran.

Perbedaan harga yang cukup tinggi dapat disebabkan oleh adanya saluran pemasaran yang panjang dalam proses pemasaran beras, sehingga dapat mempengaruhi margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani dan efisiensi pemasaran.

Peneliti memandang perlu melakukan penelitian tentang “Analisis Pemasaran Beras di Desa Laantula Jaya Kecamatan Wita Ponda Kabupaten Morowali”, sehingga dengan demikian dapat diperoleh gambaran mengenai proses pemasaran, keuntungan yang diperoleh, margin pemasaran dan bentuk saluran pemasarannya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Laantula Jaya Kecamatan Wita Ponda Kabupaten Morowali. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Laantula Jaya merupakan penghasil produksi padi sawah tertinggi di kecamatan Wita Ponda. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan April-Juni 2018.

Populasi dalam penelitian ini ialah semua petani padi sawah yang ada di Desa Laantula Jaya. Penentuan Responden dalam penelitian menggunakan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*), dengan asumsi bahwa populasi bersifat homogen (sama). Penentuan responden yang bersifat homogen dapat menggunakan rumus standar deviasi, dimana dalam perhitungan standar deviasi dapat mengambil sebagian dari seluruh data atau responden untuk dijadikan sampel dalam menentukan standar deviasi (Saleh, S, 1989).

Penentuan standar deviasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus

$$\text{sebagai berikut : } \sigma = \sqrt{\frac{\sum(x-\bar{x})^2}{n}}$$

Berdasarkan perhitungan standar deviasi, dimana semakin besar standar deviasi maka data sampel semakin menyebar (bervariasi) atau heterogen dari rata-ratanya, sebaliknya jika semakin kecil standar deviasi maka datanya semakin homogen (hampir sama).

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{230}{1+230(0,15)^2}$$

$$n = \frac{230}{1+230 \times 0,0225}$$

$$n = \frac{230}{6,18} = 37$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf kesalahan (error) sebesar 0,15 (15%)

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel (n) yang diambil untuk menganalisis pemasaran Beras di Desa Laantula Jaya Kecamatan Wita Ponda Kabupaten Morowali yaitu sebanyak 37 responden dengan jumlah populasi petani padi sawah sebanyak 230 orang, dengan taraf kesalahan (e) sebesar 0,15 (15%).

Penentuan responden pedagang dilakukan dengan cara penjjajakan (*tracing sampling*), dimana terdapat responden pedagang pengumpul sebanyak 2 orang, responden pedagang besar 1 orang, pedagang pengecer 5 dan konsumen 5 orang, jadi keseluruhan sampel yang diambil sebanyak 50 orang.

Berdasarkan masalah dan tujuan dari penelitian ini, maka model analisis yang digunakan adalah analisis margin pemasaran dengan rumus sebagai (Sudiyono (2004).

$$M = H_r - H_f$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran

H<sub>r</sub> = Harga ditingkat konsumen

H<sub>f</sub> = Harga ditingkat produsen

Anindita (2004), merumuskan bahwa untuk mengetahui bentuk margin total pemasaran dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras, dapat di hitung dengan rumus

$$MT = M1 + M2 + M3 + \dots + Mn$$

Dimana :

MT = MarginTota(Rp/kg)  
M1,M2,M3...Mn = Margin dari setiap lembaga pemasaran.

Swastha (2002), secara metamatis, bagian harga yang diterima petani dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Spf = Pf/Pr \times 100\%$$

Keterangan :

Spf = Bagian harga yang diterima petani (%).  
Pf (Price Farm) = Harga ditingkat petani (Rp).  
Pr (Price Retailer) = Harga konsumen akhir (Rp).

Mengetahui efisiensi pemasaran beras dari produsen ke pedagang pengumpul atau dari produsen ke pedagang pengecer digunakan rumus perhitungan efisiensi pemasaran ( Soekarawi,2002).

$$EP = (TB/TNP) \times 100\%$$

Keterangan :

EP = Efisiensi Pemasaran (%)  
TB = Total Biaya Pemasaran (Rp)  
TNP = Total Nilai Produk yang dipasarkan (Rp)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Saluran Pemasaran Beras di Desa Laantula Jaya.** Hasil penelitian yang telah dilakukan di Laantula Jaya terdapat II saluran pemasaran beras dan kelembagaan yaitu sebagai berikut :

1. Petani → Pedagang Pengumpul  
→ Pedagang Pengecer →  
Konsumen
2. Petani → Pedagang Pengumpul  
→ Pedagang Pengecer →

Konsumen.

**Margin Pemasaran.** Margin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya margin pemsaan pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran (Haryani Dewi, 2013).

### Tabel 1. Biaya, Margin, dan Bagian Harga yang Diterima Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer, Untuk Saluran Pertama, Tahun 2018.

Pada saluran pertama, harga jual petani ke pedagang pengumpul Rp7.800,00/Kg. pada saluran ini pedagang pengumpul melakukan penjualan ke pedagang pengecer dengan harga Rp8.200,00/Kg, total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp230,00/Kg, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp165,00/Kg. kelembagaan yang paling besar mengeluarkan biaya adalah pedagang pengumpul, besarnya biaya yang dikeluarkan akibat biaya pemasaran yaitu biaya transportasi, biaya tenaga kerja,dan biaya pengepakan untuk mendistribusikan beras sampai ke konsumen melalui pedagang pengecer yang ada di Desa Sampeantaba. Keuntungan terbanyak pada pada pedagang pengecer yaitu sebesar Rp1.550,00/Kg dengan biaya yang dikeluarkan Rp50,00/Kg. hal ini disebabkan karena pedagang pengecer hanya mengeluarkan biaya retribusi, sedangkan biaya transportasi ditanggung oleh pedagang pengumpul. Total margin pada saluran pertama sebesar Rp 2.000,00 dan bagian harga yang diterima oleh petani sebesar 79,59%.

No	Kelembagaan Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Bagian Harga (%)
1	Harga Jual Petani (Beras)	7.800		79,59%
2	Pedagang Pengumpul			
	- Harga Pembelian	7.800		
	- Biaya Pemasaran			
	* Biaya Transportasi	80		
	* Biaya Tenaga Kerja	105		
	- Biaya Pengemasan	50		
	- Total Biaya	235		
	- Harga Jual	8.200	400	
	- Keuntungan	165		
3	Pedagang Pengecer			
	- Harga Pembelian	8.200		
	- Biaya Pemasaran			
	* Biaya Retribusi	50		
	- Total Biaya	50		
	- Harga Jual	9.800	1.600	
	-Keuntungan	1.550		

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2018

**Tabel 2. Biaya, Margin, Dan Bagian Harga Yang Diterima Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, Untuk Saluran Kedua, Tahun 2018.** Saluran kedua terdapat 3 kelembagaan pemasaran beras, yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Harga pembelian pedagang pengumpul dari petani sebesar Rp7.500,00/Kg, total biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul sebesar Rp210,00/Kg, dengan harga penjualan ke pedagang besar sebesar Rp8.100,00/Kg, sedangkan kelembagaan yang mengeluarkan biaya yang besar adalah pedagang besar. Biaya yang dikeluarkan yaitu biaya transportasi dan tenaga kerja dengan biaya sebesar Rp400,00. Total margin pada saluran kedua sebesar Rp2.400,00/Kg dan bagian harga yang diterima oleh petani sebesar 76,47%.

**Efisiensi Pemasaran Beras.** Efisiensi harga menyangkut harga beras mulai dari petani ke pedagang pengumpul sampai ketangan konsumen akhir pada masing-masing saluran pemasaran. Efisiensi harga

ditentukan oleh saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, total biaya pemasaran, total nilai produk kelembagaan pemasaran dan keuntungan. 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 (Hildayani Ratih, 2013).

Saluran pertama :

Total Biaya Pemasaran = Rp14.121.180

Total Nilai Penjualan =Rp474.710.400

$$\begin{aligned} E_p &= (TB/TNP) \times 100\% \\ &= 14.121.180/474.710.400 \\ &= 2,97\% \end{aligned}$$

Saluran kedua:

Total Biaya Pemasaran = Rp28.376.700

Total Nilai Penjualan = Rp427.329.000

$$\begin{aligned} E_p &= (TB/TNP) \times 100\% \\ &= 28.376.700/427.329.000 \\ &= 6,64\% \end{aligned}$$

Hasil menunjukkan bahwa total biaya pada saluran pemasaran pertama sebesar 2,97% lebih rendah dari pada saluran pemasaran kedua sebesar 6,64% hal ini disebabkan pendeknya rantai pemasaran pada saluran pertama sehingga biaya-biaya

yang dikeluarkan lebih kecil sedangkan total nilai penjualan pada saluran pertama lebih besar dari saluran kedua sehingga saluran pertama lebih efisien dibandingkan dengan saluran kedua.

No	Kelembagaan Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Bagian Harga (%)
1	Harga Jual Petani (Beras)	7.800		76,47%
2	Pedagang Pengumpul			
	- Harga Pembelian	7.800		
	- Biaya Pemasaran			
	* Biaya Transportasi	70		
	* Biaya Tenaga Kerja	100		
	- Biaya Pengemasan	40		
	- Total Biaya	210		
	- Harga Jual	8.100	300	
	- Keuntungan	90		
3	Pedagang Besar			
	- Harga Pembelian	8.100		
	- Biaya Pemasaran			
	* Biaya Transportasi	300		
	* Tenaga Kerja	100		
	- Total Biaya	400		
	- Harga Jual	9.600	1.500	
4	-Keuntungan	1.100		
	Pedagang Pengecer			
	- Harga Pembelian	9.600		
	- Biaya Pemasaran			
	* Biaya Retribusi	50		
	- Total Biaya	50		
	- Harga Jual	10.200	600	
5	- Keuntungan	550		

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2018

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan pada pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Ada dua bentuk saluran pemasaran beras yang terdapat di Desa Laantula Jaya yaitu: 1) Petani menjual produksinya kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke

pedagang pengecer, dan pedagang pengecer menjual beras ke konsumen. 2) Petani menjual produksinya ke pedagang pengumpul dari pedagang pengumpul menjual pedagang pengecer, dari pedagang pengecer langsung menjual beras ke konsumen.

- 2) Margin pemasaran beras yang diperoleh untuk saluran pertama yaitu Rp 2.000, dan margin pemasaran beras yang diperoleh untuk saluran kedua yaitu

sebesar Rp 2.400. Margin pada saluran pertama lebih kecil dibandingkan pada saluran kedua. Karena saluran pertama tanpa melalui pedagang besar, sehingga aliran pemasarannya lebih pendek dibandingkan saluran kedua.

- 3) Bagian harga yang diperoleh petani pada saluran pertama diperoleh 79,59%, dan untuk saluran kedua diperoleh petani sebesar 76,47%.
- 4) Nilai efisiensi pemasaran saluran pertama sebesar 2,97% dan untuk saluran kedua sebesar 6,64%. Sehingga saluran pertama lebih efisien dari saluran kedua.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapatkan, disarankan kepada petani agar menyalurkan hasil produksinya dengan menggunakan saluran pertama dari petani disalurkan ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer selanjutnya ke (konsumen), karena pada saluran ini lebih efisien dibandingkan saluran kedua (dari petani ke pedagang pengumpul selanjutnya disalurkan ke pedagang besar ke pedagang pengecer sampai ke (konsumen)).

### **DAFTAR PUSTAKA**

- BPS, 2017. Sulawesi Tengah Dalam Angka 2017. Badan Pusat Statistika Sulawesi Tengah, 2012-2016.
- BPS, 2017. Sulawesi Tengah Dalam Angka 2017. *Luas Panen Produksi dan Produktivitas Tanaman Padi Sawah di Beberapa Kecamatan Kabupaten Morowali*. BPS Morowali.
- BPS, 2017. Sulawesi Tengah Dalam Angka 2017. *Luas Panen Produksi dan Produktivitas Tanaman Padi Sawah di Beberapa Kabupaten/Kota Sulawesi Tengah*. BPS, Palu.
- Sisfayuni, Ludin, Yantu, M.R., 2008 *Komposisi Industri Yang Membangun Sektor Pertanian Sulawesi Tengah*, J.Agroland Vol 15 (4); 316-322.
- Nurhidayah. 2017. *Analisis Pemasaran Beras Di Desa Bangkir Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Toli-Toli*. Skripsi Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. (Tidak di Publikasikan).
- Kusnanto, dkk. 2016. *Analisis Pemasaran Padi di Desa Raja Bajemu Kecamatan Sinaboi Kabupaten Rokan Hilir*, Pekbis Jurnal, Vol 8 (1); 14-23.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang Press, Malang.
- Saleh, S. 1989. *Statistik Tarapan Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Universitas Gajah Mada Yogyakarta
- Haryani Dewi dan Tian Mulyaqin. 2013. *Kajian Analisis Margin Pemasaran dan Integrasi Pasar Gabah/Beras di Provinsi Banten*. J Buletin Ikatan Vpl 3 (1) 2013
- Hildayani, R. 2013. *Analisis Pemasaran Beras di Desa Sidondo 1 Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi*. e-J Agrotekbis Vol 1 (5); 485-492.