

ANALISIS PEMASARAN BERAS DI DESA AMERORO KECAMATAN UEPAI KABUPATEN KONAWE

Meti Andriani¹⁾, Idrus Salam¹⁾, Wa Ode Yusria¹⁾

¹⁾Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian UHO

ABSTRACT

This study aims to know : 1. The pattern of rice distribution in the village Ameroro District Uepai Regency Konawe and 2. Efficiency marketing rice in the village Ameroro District Uepai Regency Konawe. This study carried in January – March 2017. Determination of the sample is done by the method snowball sampling with sample 7 respondents. The result showed that the pattern of rice distribution in the village Ameroro consists of four distribution patterns, namely : I. dealers gatherers village → traders retailers Uepai → consumers; II. dealers gatherers village → traders retailers Wawotobi → consumers; III. dealers gatherers village → traders retailers city Kendari → consumer; IV. Level efficiency marketing of each distribution patterns rice, namely : on the distribution patterns I for 86,56%. Distribution patterns II for 86,56%. On the distribution patterns III of 83,92% and on the distribution patterns IV level efficiency marketing rice is 89.08%.

Keywords : *Distribution Patterns and Efficiency; Marketing; Rice.*

PENDAHULUAN

Pemasaran memiliki fungsi yang sangat penting dalam menghubungkan produsen dengan konsumen dan memberikan nilai tambah yang besar dalam perekonomian, terdapat sembilan macam fungsi pemasaran yaitu: perencanaan, pembelian, penjualan, transportasi, penyimpanan, standarisasi dan pengelompokan, pembiayaan, komunikasi, dan pengurangan resiko (*risk bearing*). Tataniaga sama pentingnya dengan kegiatan produksi karena tanpa bantuan sistem tataniaga, petani akan merugi akibat barang-barang hasil produksinya tidak dapat dijual. Sistem distribusi pangan dari produsen ke konsumen dapat terdiri dari beberapa rantai tataniaga (*marketing channels*) dimana masing-masing pelaku pasar memberikan jasa yang berbeda. Besar keuntungan setiap pelaku tergantung pada struktur pasar di setiap tingkatan, posisi tawar, dan efisiensi usaha masing-masing pelaku (Sudiyono, 2001).

Keberhasilan pemasaran tidak terlepas dari adanya peran lembaga pemasaran yang merangkai suatu saluran pemasaran dan merupakan satu kesatuan yang membentuk sistem pemasaran suatu komoditas, dimana setiap lembaga pemasaran memiliki tugas masing-masing dan menjalankan fungsi pemasaran yang berbeda. Lembaga pemasaran berperan dalam distribusi produk hingga sampai ke tangan konsumen. Proses pemasaran tersebut mulai dari petani sampai kepada konsumen melewati lembaga-lembaga pemasaran seperti tengkulak, pedagang pengecer, pedagang besar dan pedagang kecil (Laksana, 2008).

Melihat produksi beras yang cukup tinggi di Kabupaten Konawe tidak menjamin memberikan pendapatan yang tinggi bagi petani. Harga yang diterima petani sangat berperan dalam menentukan tingkat pendapatan petani dari usahatani tersebut, sedangkan tingkat harga dipengaruhi oleh sistem pemasaran padi yang dipasarkan. Proses pemasaran produk tanaman pangan dibutuhkan pemasaran yang efektif. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya (Martodireso, 2002).

Desa Ameroro Kecamatan Uepai merupakan salah satu daerah penghasil beras di Kabupaten Konawe yang memerlukan adanya kajian mengenai keadaan sistem pemasaran beras. Beras merupakan produk unggulan di Kabupaten Konawe yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan terus diupayakan pengembangannya. Proses pendistribusian beras ke konsumen dilakukan melalui proses pemasaran. Pemasaran beras pada dasarnya merupakan pelayanan yang menjembatani berpindahnya komoditi dari sisi produksi ke sisi konsumsi (BPS Sultra, 2016).

Tingginya margin pemasaran disebabkan oleh perbedaan harga yang cukup besar antara jumlah harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan jumlah harga yang diterima oleh petani. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran, maka semakin banyak pula yang mengeluarkan biaya pemasaran dengan mengambil keuntungan dalam pemasaran

tersebut, maka akibatnya adalah pemasaran kurang efisien. Di Desa Ameroro harga beras ditingkat petani Rp 6.770 perkilogram. Sedangkan harga yang dibayarkan oleh konsumen berkisar antara Rp 9.000 sampai Rp 10.000 perkilogram. Atas dasar itu maka perlu dilakukan penelitian guna menganalisis pemasaran beras di Desa Ameroro Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe.

METODE PENELITIAN

Penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan *stratified random sampling*. *Stratified random sampling* (acak berlapis), Jumlah pedagang sampel dalam penelitian ini sebanyak 7 pedagang yang terdiri dari 1 pedagang pengumpul desa dan 6 pedagang pengecer. Responden pedagang pengecer terdiri atas 2 pedagang pengecer Uepai, 2 pedagang pengecer Wawotobi dan 2 pedagang pengecer Kota Kendari. Analisis data digunakan untuk menentukan jawaban atas pertanyaan mengenai rumusan masalah dalam suatu penelitian. Metode analisis dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

1. Mengetahui saluran pemasaran beras di Desa Ameroro Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe dilakukan dengan cara mengikuti aliran produksi beras dari petani sampai ke konsumen akhir. Saluran pemasaran beras akan dianalisis menggunakan analisis kualitatif.
2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran atau bagian harga yang diterima oleh petani dengan menggunakan rumus (Surni, 2009) sebagai berikut :

$$FS = 1 - \left[\frac{M}{He} \right] \times 100\%$$

Keterangan:

FS = *Farmer's share* atau persentase bagian harga yang diterima petani (%)

M = Margin pemasaran beras (Rp/kg)

He = Harga jual ditingkat pedagang (Rp/kg)

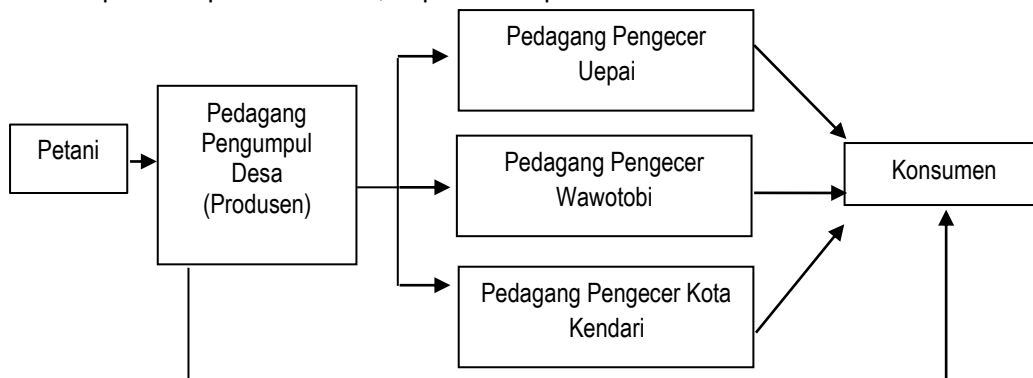
Dengan kriteria:

- a) Apabila $FS > 50\%$, maka saluran pemasaran sudah efisien.
- b) Apabila $FS \leq 50\%$, maka saluran pemasaran belum efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Saluran Pemasaran Beras

Berdasarkan hasil penelitian terdapat empat saluran pemasaran beras di Desa Ameroro Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe, dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. Bentuk Saluran pemasaran Beras di Desa Ameroro Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran beras di Desa Ameroro. Saluran pemasaran I (pedagang pengumpul desa – pedagang pengecer Uepai), Pedagang pengumpul desa sebagai produsen beras menjual hasil produksinya kepada pedagang pengecer Uepai yang berlokasi di pasar sore Ameroro kemudian pedagang pengecer Uepai langsung menjual ke konsumen. Saluran pemasaran II (pedagang pengumpul desa – pedagang pengecer Wawotobi – konsumen), pedagang pengumpul desa menjual beras ke pedagang pengecer Wawotobi yang menjual di pasar sentral Wawotobi kemudian pedagang pengecer menjual ke konsumen.

Saluran pemasaran III (pedagang pengumpul desa – pedagang pengecer Kota Kendari – konsumen) pedagang pengumpul desa menjual beras ke pedagang pengecer yang berjualan di pasar panjang Kota Kendari, setelah itu pedagang pengecer Kota Kendari langsung menjual kepada konsumen. Saluran pemasaran IV (pedagang pengumpul desa – konsumen) saluran pemasaran

keempat ini merupakan saluran pemasaran terpendek diantara saluran pemasaran lainnya yang dilalui dalam proses pemasaran beras di Desa Ameroro. Pedagang pengumpul desa menjual langsung beras kepada konsumen baik dalam jumlah sedikit maupun dalam jumlah banyak.

Kegiatan pemasaran beras pada keempat saluran pemasaran yang ada melibatkan lembaga pemasaran. Pada saluran pemasaran I, II dan III lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras adalah pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer. Sedangkan pada saluran pemasaran IV lembaga pemasaran yang berperan adalah pedagang pengumpul desa.

2. Efisiensi Pemasaran

Masalah pemasaran komoditi pertanian pada dasarnya adalah bagaimana menyalurkan produk-produk pertanian dari produsen kepada konsumen dengan harga yang wajar dan biaya pemasaran minimal. Menurut Nurland (1986) bahwa pemasaran hasil pertanian ditinjau dari bagian harga yang diterima oleh petani produsen (*Farmer's share*) dikatakan efisien apabila harga jual petani lebih dari 50% dari harga di tingkat konsumen. Mengacu pada pendapat tersebut hasil penelitian yang dilakukan di lapangan, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Besarnya Presentase Bagian Harga yang Diterima Petani pada Setiap Saluran pemasaran Beras di Desa Ameroro Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe, Tahun 2016

No	Uraian	Presentase Bagian Harga yang Diterima Petani (%)
1.	Saluran pemasaran Beras I	86,42
2.	Saluran pemasaran Beras II	84,50
3.	Saluran pemasaran Beras III	81,70
4.	Saluran pemasaran Beras IV	89,08

Tabel 1 menunjukkan bahwa pemasaran beras di Desa Ameroro Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe sudah efisien, dengan tingkat efisien rata-rata sebesar 85,42%. Dapat juga dikatakan bahwa bagian harga yang dinikmati oleh petani (*Farmer's share*) sebesar 85,42% terhadap harga ditingkat konsumen.

Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa pemasaran beras ditinjau dari bagian harga yang diterima oleh petani mencapai rata-rata diatas 50%. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran beras I sebesar 86,42% dan yang artinya pada saluran pemasaran ini sudah menunjukkan hasil pemasaran yang efisien. Saluran pemasaran I mengeluarkan total biaya untuk semua lembaga pemasaran yang terlibat sebesar Rp 12.004.500 dengan total keuntungan Rp 9.872.750 dan margin pemasaran perkilogramnya sebesar Rp 1.210. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran I yaitu pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer Uepai.

Pada saluran pemasaran beras II sebesar 84,50% yang menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran ini menyatakan hasil pemasaran yang efisien. Saluran pemasaran II mengeluarkan total biaya untuk semua lembaga pemasaran yang terlibat sebesar Rp 12.312.000 dengan total keuntungan Rp 22.517.500 dan margin pemasaran perkilogramnya Rp 1.343. Lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam saluran pemasaran II yaitu pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer Wawotobi.

Saluran pemasaran III persentase bagian harga yang diterima petani adalah sebesar 81,70%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran III efisiensi pemasaran beras di Desa Ameroro telah efisien. saluran pemasaran III mengeluarkan total biaya untuk semua lembaga pemasaran yang terlibat sebesar Rp 14.326.500 dengan total keuntungan sebesar Rp 24.603.500 dan margin pemasaran Rp 1.610 perkilogram beras. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran III yaitu pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer Kota Kendari. Sedangkan pada saluran pemasaran IV persentase *farmer's share* sebesar 89,08%. Artinya bahwa pada saluran pemasaran IV pemasaran beras telah efisien. Biaya yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 10.883.500 dengan keuntungan pemasaran sebesar Rp 14.846.500 dan margin pemasaran Rp 830 perkilogram. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran IV hanya pedagang pengumpul desa.

Saluran pemasaran IV merupakan saluran pemasaran yang paling efisien diantara saluran pemasaran lainnya dengan efisiensi pemasaran sebesar 89,08%. Efisiennya semua saluran pemasaran beras di Desa Ameroro Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe dikarenakan pendeknya rantai pemasaran yang terjadi. Rata-rata lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras hanya pedagang pengumpul desa dan pedagang pengecer. Hal ini sesuai dengan pendapat Nurland (1986) menyatakan bahwa besar kecilnya efisiensi pemasaran disebabkan sedikit banyaknya lembaga pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Saluran pemasaran beras terdiri dari empat saluran pemasaran yaitu: (1) saluran pemasaran I, pedagang pengumpul desa – pedagang pengecer uapai – konsumen; (2) saluran pemasaran II, pedagang pengumpul desa – pedagang pengecer wawotobi – konsumen; (3) saluran pemasaran III, pedagang pengumpul desa – pedagang pengecer kota kendari – konsumen; (4) saluran pemasaran IV, pedagang pengumpul desa – konsumen. Pada saluran pemasaran IV persentase *farmer's share* sebesar 89,08%. Hal ini menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran IV merupakan saluran pemasaran yang paling efisien diantara saluran pemasaran lainnya. Ketidakterlibatan petani secara langsung ke dalam distribusi beras membuat petani tidak dapat menangkap insentif dari nilai tambah penjualan beras. Dalam jangka pendek hendaknya pemerintah mendorong petani untuk dapat menjual padi atau gabah dalam bentuk beras agar komoditas padi dan beras mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi. Oleh karena itu, dibutuhkan keterlibatan pemerintah melalui penyuluhan dan pengembangan kelompok tani untuk membuat lumbung padi dan fasilitas jemur. Hal ini akan memperpendek rantai distribusi, sehingga diharapkan dapat memperkecil disparitas antara harga padi dan harga beras.

REFERENSI

- Aldhariana, S. F, D. A. H Lestari, dan H. Ismono. 2016. Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger Studi Kasus pada Agroindustri TS (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri MS (Kota Metro). Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis (JIIA) Volume 4, Nomor 3, Agustus 2016. Universitas Lampung. Lampung.
- Badan Pusat Statistik (BPS). Sulawesi Tenggara dalam Angka. 2016. BPS Sultra Kendari.
- Hildayani, R., Rustam., Raul dan Sulaeman. 2013. *Analisis Pemasaran Beras di Desa Sidondo I Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi*. Jurnal Agrotekbis. Vol. 1, No. 5, Desember 2013.
- Kasryno. 2009. *Ekonomi Padi dan Beras Indonesia*. Departemen Pertanian, Jakarta.
- Laksana, F. 2008, *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Martodireso. 2002. *Agribisnis Kemitraan Usaha*. Anisius. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.
- Surni. 2009. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Universitas Halu Oleo. Kendari.