

ANALISIS PEMASARAN GABAH DI KELURAHAN KASIPUTE KECAMATAN WAWOTOBİ KABUPATEN KONAWÉ

Analysis of Grain Marketing in Kasipute Village, Wawotobi District, Konawe Regency

Hardin^{1*}, Syamsinar², Wa Embe³

^{1*2,3} Department Agribusiness, Universitas Muhammadiyah Kendari, Indonesia

*Correspondence author: Hardin

wardahnur28@gmail.com

ABSTRACT

Konawe Regency has great potential in developing agricultural commodities, especially paddy fields. One of the areas that has the potential for developing paddy fields in Konawe Regency is Kasipute Village, Wawotobi District. Paddy fields grow well throughout the Konawe area, with Wawotobi District as its production center. The results of observations in Kasipute Village show that paddy farmers generally sell their farming products in the form of grain. The purpose of this study was to describe the pattern or channel of paddy/rice marketing, analyze marketing margins and marketing efficiency. The sample in this study were paddy farmers and paddy/rice traders in Wawotobi Village. The data was analyzed quantitatively to determine the marketing margin using calculations, the marketing margin was taken as the difference in price at the trader level after being reduced by the purchase price at the farmer level. The results showed that in marketing channel I, the percentage of the price received by farmers from the price paid by sub-district collectors was 78.43%. in marketing channel II, the percentage of the price received by farmers from the price paid by retailers was 86.27%. From the two rice marketing channels in Wawotobi District. We can see that the most efficient marketing channel because the price portion received by respondent farmers in marketing channel II is 86.27% of the price paid by consumers.

Keywords: Grain, Margin, Marketing Channels

ABSTRAK

Kabupaten Konawe memiliki potensi besar dalam pengembangan komoditas pertanian, terutama tanaman padi sawah. Salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan padi sawah di Kabupaten Konawe adalah Kelurahan Kasipute Kecamatan Wawotobi. Padi sawah tumbuh subur di seluruh wilayah Konawe, dengan Kecamatan Wawotobi sebagai sentra produksinya. Hasil pengamatan di Kelurahan Kasipute bahwa petani padi sawah umumnya menjual hasil usahatannya dalam bentuk gabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola atau saluran pemasaran gabah/beras, menganalisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Sampel dalam penelitian ini adalah petani padi sawah dan pedagang gabah/beras di Kelurahan Kasipute. Data di analisis secara kuantitatif untuk mengetahui margin pemasaran di gunakan perhitungan, margin pemasaran diambil selisih harga di tingkat pedagang setelah di kurangi harga beli di tingkat petani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I persentase bagian harga yang diterima petani dari harga yang dibayarkan pedagang pengumpul kecamatan sebesar 78,43%. pada saluran pemasaran II persentase bagian harga yang diterima petani dari harga yang dibayarkan pedagang pengecer sebesar 86,27%. Dari kedua saluran pemasaran beras di Kecamatan Wawotobi. Dapat kita ketahui bahwa saluran pemasaran yang paling efisien karena bagian harga yang diterima petani responden pada saluran pemasaran II sejumlah 86,27% dari harga yang dibayarkan konsumen.

Kata kunci: Gabah, Margin, Saluran Pemasaran.

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor pertanian bertujuan untuk meningkatkan produksi pangan yang diiringi dengan peningkatan ekspor sekaligus mengurangi impor hasil pertanian. Pertanian di Sulawesi Tenggara, khususnya usahatani padi sawah mengalami kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini menjadikan padi sawah sebagai salah satu komoditas tanaman pangan yang

tetap diprioritaskan dalam pengembangan yang dibudidayakan karena memiliki nilai jual yang tinggi.

Padi merupakan penghasil beras yang menjadi makanan pokok yang paling banyak dikonsumsi oleh sebagian masyarakat (Pangestuti et al., 2019). Volume konsumsi beras cenderung mengalami peningkatan selama kurun waktu 2020-2022 antara 0,13% hingga 5,7%. Di tingkat konsumen, harga beras rata-rata secara nasional pada kisaran harga Rp 12.311,09/kg bahkan pada tahun 2022 sudah mencapai Rp 13.050/kg (Chintia & Destiningsih, 2022). Kondisi tersebut, berbanding terbalik dengan volume produksi yang justru cenderung mengalami antara 1,02% sampai 39,83% (Fatima et al., 2022).

Hasil Survei KSA, pada tahun 2022, luas panen padi mencapai sekitar 10,45 juta hektar atau mengalami kenaikan sebanyak 40,87 ribu hektar (0,39 persen) dibandingkan tahun 2021. Sementara itu, produksi padi tahun 2022 yaitu sebesar 54,75 juta ton GKG. Jika dikonversikan menjadi beras, produksi beras tahun 2022 mencapai sekitar 31,54 juta ton, atau naik sebesar 184,50 ribu ton (0,59 persen) dibandingkan dengan produksi beras tahun 2021 (Statistik, 2022). Petani dalam menyimpan gabah hasil panen memiliki pola berbeda-beda yang biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut seperti tingkat harga gabah di pasaran, kemampuan penanganan pasca panen, dan kebutuhan uang untuk keperluan sehari-hari dan usaha tani. Selain itu, panjangnya rantai pemasaran gabah juga berkontribusi terhadap rendahnya harga jual gabah yang diterima petani (Mardianto et al., 2005).

Perkembangan harga gabah dan beras dipengaruhi oleh aktivitas pemasaran yang terjadi (Sari et al., 2023). Adanya perbedaan harga di tingkat produsen dan konsumen tersebut akan menentukan sebaran margin pemasaran, *farmer's share*, dan integrasi pasar yang merupakan indikator dari pasar yang efisien.

Kabupaten Konawe memiliki potensi besar dalam pengembangan komoditas pertanian, terutama tanaman padi sawah. Salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan padi sawah di Kabupaten Konawe adalah Kelurahan Kasipute Kecamatan Wawotobi. Padi sawah tumbuh subur di seluruh wilayah Konawe, dengan Kecamatan Wawotobi sebagai sentra produksinya. Hasil pengamatan di Kelurahan Kasipute bahwa petani padi sawah umumnya menjual hasil usahatani dalam bentuk gabah. Petani bisa meningkatkan pendapatannya dari pascapanen atau pengolahan yang dilakukan (Maryoni, 2015, 2016). Pilihan petani ketika menjual dalam bentuk gabah ataupun beras dihadapkan pada sistem distribusi yang terdiri dari beberapa saluran pemasaran di mana masing-masing pelaku pasar menawarkan layanan yang berbeda (Fuad et al., 2018). Sistem pemasarannya menurut beberapa petani adalah cukup beragam sesuai kebutuhan dan keinginan petani. Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul "Analisis Pemasaran Gabah di Kelurahan Kasipute Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe" (Sari et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Kasipute Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan alasan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu sentra pengembangan padi sawah yang ada di Kabupaten Konawe. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan April sampai Mei 2024.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani padi sawah di Kelurahan Kasipute Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe sebanyak 22 orang dan pedagang Gabah yang ada di Kelurahan Kasipute Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe. Adapun teknik pengambilan sampel petani dengan cara sensus yakni seluruh populasi dijadikan objek penelitian sedangkan sampel pedagang adalah melalui tehnik *snowball sampling*, sehingga diperoleh 13 responden lembaga pemasaran yang terdiri dari 5 pedagang pengumpul dan 5 pedagang pengecer.

Perhitungan margin pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MTT = Pr - Pf = Ci + \pi i = \sum Mi$$

Keterangan:

MT : Margin total

Pr : Harga beras di tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf : Harga gabah di tingkat produsen (Rp/kg)

Mi : Margin pemasaran gabah tingkat ke-i

Ci : Biaya pemasaran tingkat ke-i

π_i : Keuntungan tingkat ke-i

Besarnya keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran:

$$M = B - \pi \text{ atau } \pi = M - B$$

Keterangan:

M : Margin pemasaran

B : Biaya pemasaran

π : Besarnya keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran (Rp/kg).

Untuk menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus:

$$EP = [1 - M/He] \times 100\%$$

Keterangan:

EP : Persentase yang diterima petani dari harga yang dibayarkan konsumen

M : Margin

Hj : Harga di Tingkat Pedagang pengumpul/pengecer

Kriteria:

Jika EP < 50 % berarti sistem pemasaran belum efisien

Jika EP > 50 % berarti sistem pemasaran sudah efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lembaga Pemasaran

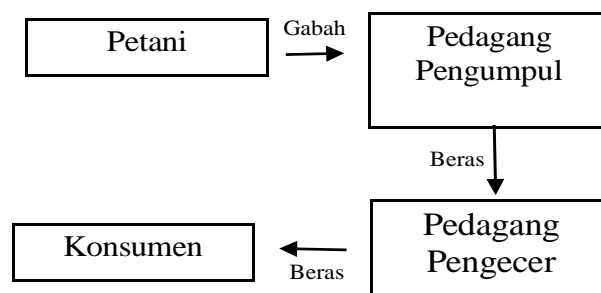
Lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran hasil panen petani di Kelurahan Kasipute dan fungsi pemasaran yang dilakukannya adalah sebagai berikut :

1. Petani: Petani di Kelurahan Kasipute menjual gabahnya ke pedagang pengumpul (pemilik huller), pedagang langsung mendatangi petani sehingga petani tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pengangkutan.
2. Pedagang Pengumpul: Pedagang pengumpul Kecamatan memiliki peranan dalam pemasaran beras ini yaitu sebagai pengusaha penggilingan dan pedagang beras. Pedagang pengumpul akan datang kepada petani untuk membeli gabah, lalu mengolah gabah menjadi beras dan dijual langsung kepada konsumen atau kepada pedagang pengecer.
3. Pedagang Pengecer: Pengecer merupakan lembaga yang menjual beras kepada konsumen. Pengecer akan membeli produk beras yang masih dalam kemasan karung, dan kemudian pengecer akan mengolah atau mengubah kemasan dalam bentuk eceran sehingga konsumen dapat membeli produk beras sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan konsumen. Pengecer juga menjual beras secara bertahap dalam kemasan 50 kg, 10 kg, 5 kg atau secara eceran
4. Konsumen: Konsumen merupakan pihak yang membeli gabah yang telah diolah dalam bentuk beras dari pedagang pengumpul atau pedagang pengecer.

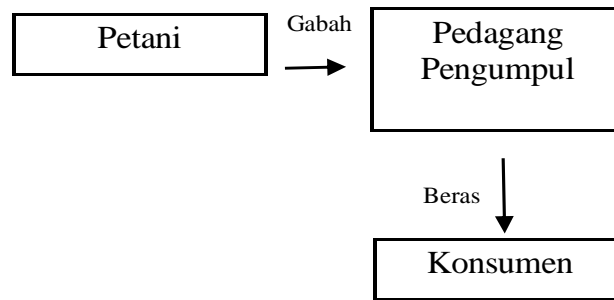
Saluran Pemasaran

Analisis pemasaran ini ditelusuri melalui saluran pemasaran gabah mulai dari petani sampai pada konsumen. Untuk lebih jelasnya mengenai saluran pemasaran dapat dilihat pada Gambar berikut :

Saluran Pemasaran I



Saluran Pemasaran II.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Gabah/Beras dari Petani Sampai ke Konsumen

Berdasarkan gambar maka diketahui bahwa di Kelurahan Kasipute, petani menjualnya kepada pedagang pengumpul lalu pedagang pengumpul menjualnya kepada pedagang pengecer dalam bentuk beras lalu pedagang pengecer akan menjualnya kepada konsumen dalam bentuk beras atau petani memasarkan gabahnya dalam 2 saluran pemasaran yakni menjual gabahnya kepada pedagang pengumpul lalu pedagang pengumpul menjual kepada konsumen dalam bentuk beras. Saluran pemasaran yang terbentuk dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian (Dewi & Saputra, 2017; Gona et al., 2020; Lasitya et al., 2022).

Marjin Pemasaran dan Biaya

Margin pemasaran merupakan selisih harga beras pokok dengan harga yang diterima petani apabila suatu komoditi yang melibatkan lebih dari satu lembaga pemasaran maka perlu ada margin pemasaran yang merupakan penjumlahan dari satu margin tiap-tiap lembaga pemasaran adalah merupakan selis antara besarnya margin pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan masing-masing lembaga pemasaran. Untuk lebih jelas mengenai margin pemasaran biaya dan keuntungan beras di Kelurahan Kasipute dapat dilihat pada tabel 1. berikut.

Tabel 1. Besarnya Harga Beli, Harga Jual, Margin, Biaya dan Keuntungan Pemasaran Beras di Kasipute

Jalur	Lembaga Pemasaran	Harga Beli Rp/Kg	Harga Jual Rp/Kg	Harga jual konsumen Rp/Kg	Margin Rp/Kg	Biaya Rp/Kg	Kuntungan Rp/Kg
I	Pedagang pengumpul Kecamatan	8.000	8.800	10.200	2.200	340	460
II	Pedagang pengecer Kabupaten	8.800		10.200	1.400	480	920
	Rata – rata	8.400	8.800	10.200	1.800	410	690

Sumber : Data primer setelah diolah tahun 2024

Pada tabel 1 di atas terlihat bahwa harga beli terendah berada pada pedagang pengumpul Kecamatan yakni sebesar Rp. 8.000,-/kg. Sedangkan harga jual tertinggi berada pada pedagang pengecer dan langsung ke konsumen yakni sebesar Rp. 10.200,-/kg. Adapun margin pada pedagang pengumpul sebesar Rp. 2.200,-/Kg dan pedagang pengecer sebesar Rp.1.400,-Kg adapun biaya pemasaran terendah berada pada pedagang pengumpul Kecamatan dan biaya pemasaran tertinggi berada pada pedagang pengecer ke konsumen.

Analisis Harga, Margin, Biaya dan Keuntungan Pemasaran

Hasil wawancara dengan responden maka dapat diketahui besaran harga jual, harga beli, margin, biaya dan keuntungan dari setiap saluran pemasaran. Untuk mengetahui lebih detail dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Analisis Margin Pemasaran Beras di Kelurahan Kasipute

No	Jenis Kegiatan	Satuan (Rp/Kg)
1	<u>Petani/Produsen</u>	
	a. Harga Beli	-
	b. Margin Pemasaran	-
	c. Harga Jual	8.000
2	<u>Pedagang Pengumpul</u>	
	a. Harga Beli	8.000
	b. Margin Pemasaran	2.200
	c. Biaya Pemasaran	
	- Transportasi	100
	- Tenaga Kerja	40
	- Gudang	200
	d. Keuntungan	1.860
	e. Harga Jual	8.800
3	<u>Pedagang Pengecer</u>	
	a. Harga Beli	8.800
	b. Margin Pemasaran	1.400
	c. Biaya Pemasaran	
	- Transportasi	140
	- Tenaga Kerja	60
	- Retribusi/Pajak	80
	- Gudang	200
	d. Keuntungan	920
	e. Harga Jual	10.200

Sumber : Data primer setelah diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa pada jalur I petani/produsen menjual beras dengan harga jual Rp.8.000/Kg. Pada jalur II pedagang pengumpul kecamatan membeli beras dari petani/produsen dengan harga beli Rp.8000/Kg dan menjual dengan harga jual Rp.8.800/Kg. Adapun margin pemasarannya Rp.2.200/Kg dengan biaya pemasaran Rp.340/Kg sehingga pedagang pengumpul kecamatan memperoleh keuntungan sebesar Rp.1.860/Kg.

Pada jalur III pedagang pengecer kabupaten membeli beras dari petani/podusen dengan harga beli Rp.8.800/Kg dan menjual langsung ke konsumen dengan harga jual Rp.10.200/Kg. Adapun margin pemasarannya Rp.1.400/Kg dengan biaya pemasaran Rp.480/Kg sehingga pedagang pengecer kabupaten memperoleh keuntungan sebesar Rp.920/Kg.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi setiap jalur pemasaran gabah/beras di Kelurahan Kasipute dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran Gabah/Beras Di Kelurahan Kasipute

No	Jalur (Saluran Pemasaran)	Harga Yang Diterima Produsen (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Yang Dibayarkan Konsumen (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1.	I	8.000	2.200	10.200	78,43
2.	II	8.800	1.400	10.200	86,27

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel 3 di atas nampak pada pada saluran pemasaran I efisiensi pemasaran yang diperoleh sebesar 78,43%. pada saluran pemasaran II sebesar 86,27%. Dari Kedua saluran pemasaran beras di Kecamatan Rumbia. Dapat kita ketahui bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran dua dengan nilai efisiensi yag terbesar yakni 86,27%. Saluran pemasaran yang memiliki margin pemasaran paling tinggi yaitu saluran pemasaran terpanjang, sedangkan saluran terpendek memiliki nilai margin pemasaran terendah (Yonida & Hardyastuti, 2020). Peningkatan variasi marjin pemasaran dapat menjadi indikasi semakin meningkatnya risiko yang dihadapi para pelaku yang berada di sepanjang rantai pemasaran (Herawati & Harianto, 2021).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Saluran pemasaran beras di Kelurahan Kasipute melalui dua saluran pemasaran. Adapun rincian ketiga pemasaran tersebut dapat dilihat pada Saluran I yaitu Petani Produsen ke pedagang Pengumpul Kecamatan ke Pedagang Pengecer Kabupaten lalu ke Konsumen. Saluran II yaitu Petani Produsen ke pedagang Pengecer Kabupaten lalu ke Konsumen.

Besarnya margin pemasaran beras di Kelurahan Kasipute berbeda setiap saluran pemasaran hal ini dapat dilihat pada Saluran pemasaran I dengan Margin pemasarannya sebesar Rp. 2.200,-/Kg. Saluran Pemasaran II dengan Margin pemasarannya sebesar Rp. 1.400,-/Kg.

Efisiensi pemasaran beras di Kecamatan Kasipute Kabupaten Konawe secara keseluruhan telah efisien, hal ini terlihat dari nilai EP yang diperoleh pada setiap saluran pemasaran. Saluran pemasaran I terdapat Nilai EP = 78,43% dan Saluran Pemasaran II terdapat Nilai EP = 86,27%. Dari kedua nilai efisiensi (EP) di atas nilai EP > 50% yang berarti bahwa kedua saluran pemasaran tersebut telah efisien.

Saran

Petani ataupun pedagang dalam memilih saluran pemasaran Gabah di Kelurahan Kasipute hendaknya memilih saluran pemasaran yang pertama karena lebih menguntungkan dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Chintia, R. A., & Destiningsih, R. (2022). Pengaruh harga komoditas pangan terhadap inflasi di kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 244–258.
- Dewi, N., & Saputra, A. J. (2017). Analisis struktur perilaku dan kinerja pasar (structure, conduct and market performan) komoditi padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak. *Jurnal Agribisnis*, 19(1), 42–56.
- Fatima, U., Anindita, R., & Nugroho, C. P. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah di Desa Randuharjo, Kecamatan Pungging, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 840–848.
- Fuad, M. S., Masithoh, S., & Nahraeni, W. (2018). Persepsi peternak dan pola pemasaran sapi potong. *Jurnal Agribisains*, 4(1).
- Gona, A., Norbert, S., Yusuf, A., & Ishaya, R. (2020). Evaluation of Fresh Fish Marketing in Kebbi State, Nigeria. *Equity Journal of Science and Technology*, 7(1), 93.
- Herawati, H., & Harianto, H. (2021). Pola perubahan harga dan marjin pemasaran bahan pangan di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 9(2), 188–199.
- Lasitya, D. S., Irwandi, P., & Kharisudin, A. (2022). Analisis saluran dan margin pemasaran beras di Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan. *JEpa*, 7(1), 169–176.
- Mardianto, S., Supriyatna, Y., & Agustin, N. K. (2005). Dinamika pola pemasaran gabah dan beras di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 23(2), 116–131.
- Maryoni, H. S. (2015). Identifikasi pengaruh luas lahan, biaya pemeliharaan, dan jumlah keluarga terhadap pendapatan petani (studi kasus Desa Kepenuhan Raya). *Jurnal Sungkai*, 3(2).
- Maryoni, H. S. (2016). Pengaruh Luas Lahan Pertanian dan Biaya Pemeliharaan Terhadap Pendapatan Petani (Studi Kasus Desa Kepenuhan Raya). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 5(1), 41–48.
- Pangestuti, M. D., Mukson, M., & Setiadi, A. (2019). Analisis rantai pasok pemasaran dan nilai tambah gabah di kecamatan undaan kabupaten kudus. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(4), 671–680.
- Sari, K. N., Ayu, A., Wahyuni, D., Faraszahy, D., Aristva, P., Intania, T., Umayah, A., Gunawan, B., & Arsi, A. (2023). Identifikasi Serangga Hama pada Tanaman Cabe di Organ Ilir Sumatra Selatan. *Seminar Nasional Lahan Suboptimal*, 10(1), 824–831.
- Statistik, B. P. (2022). Luas Panen dan Produksi Padi di Indonesia (Angka Tetap). *Jakarta: Badan Pusat Statistik*.
- Yonida, A. D., & Hardyastuti, S. (2020). Organic rice marketing in Purworejo Regency, central Java province. *Journal of Agribusiness Management and Development*, 3(1), 48–52.