

DIMENSI PASAR DOMESTIK KOMODITAS PADI DAN BERAS (Telaah Struktur Pasar di Kecamatan Sunggal, Deli Serdang)

Wulan Dayu

Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan
Email: wulandayu@dosen.pancabudi.ac.id

Windu Anggara

Universitas Negeri Medan
Email: winduanggara@gmail.com

Isnaini Harahap

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email: isnainiharahap@gmail.com

Abstract

The market structure and pattern of rice commodity distribution are closely related to the income level of rice farmers. The huge difference in the prices of unhusked rice and rice in Sunggal Sub-District has reduced the wealth of farmers, considering that most farmers are both producers and consumers of rice. In particular, this study aims to: 1) describe the pattern of distribution of rice and rice raw materials from farmers to final consumers in Sunggal District; and 2) analyze how much profit margin each marketer gets in the rice distribution chain in Sunggal District. This study involved 70 farmers, 8 middlemen, 4 rice mills, 7 wholesalers, and 5 retailers using a simple random sampling technique. The distribution pattern and unhulled rice market margin were used to analyze the data descriptively. The results of a survey conducted in Sunggal District showed two patterns of distribution, namely: Distribution Pattern I: Rice Mills → Middlemen → Distribution → Farmers → Consumers; and Distribution Pattern II: Farmers → Rice Milling → Collectors → Retailers → Consumers. So in this study, it can be concluded that the highest marketing margins were found in rice mills (34.37%), collectors (10.29%), middlemen (8.50%), and retailers (7.52%) from marketing margins in the market structure and distribution of rice commodities.

Keywords: market structure, distribution patterns, pricing, rice prices.

Abstrak

Struktur pasar dan pola distribusi komoditas beras sangat erat hubungannya dengan tingkat pendapatan petani padi. Selisih harga gabah dan beras yang sangat besar di Kecamatan Sunggal menyebabkan penurunan kekayaan petani mengingat sebagian besar petani merupakan produsen sekaligus konsumen beras. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: 1) mendeskripsikan pola distribusi beras dan bahan baku beras dari petani ke konsumen akhir di Kecamatan Sunggal, dan 2) menganalisis berapa besar margin keuntungan yang diperoleh setiap pemasar dalam rantai distribusi beras di Kecamatan Sunggal. Penelitian ini melibatkan 70 petani, 8 pedagang perantara, 4 penggilingan padi, 7 pedagang besar dan 5 pengecer dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Data dianalisis secara deskriptif berdasarkan pola distribusi dan margin pasar padi dan beras. Hasil survei yang dilakukan di Kecamatan Sunggal menunjukkan dua pola distribusi, yaitu i) rantai distribusi pertama : Petani → Pedagang Tengkulak → Penggilingan Padi → Pedagang

Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen, ii) rantai distribusi kedua : Petani → Penggilingan Padi → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen.. Sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa margin pemasaran tertinggi terdapat pada penggilingan beras (34,37%), pengumpul (10,29%), tengkulak (8,50%) dan pengecer (7,52%) dari margin pemasaran pada struktur pasar dan distribusi komoditas beras.

Kata kunci: *struktur pasar, rantai distribusi, penetapan harga, harga beras*

PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir sektor pertanian masih menjadi tumpuan dalam pembangunan Indonesia, namun tidak selamanya sektor pertanian akan mampu menjadi andalan pembangunan ekonomi tanpa adanya peningkatan nilai tambah, perbaikan dalam pengelolaan pertanian, maupun perbaikan kebijakan dalam pembangunan pertanian. Sektor pertanian yang tangguh dan handal merupakan prasyarat yang harus terpenuhi bagi pembangunan sektor industri dan jasa yang tangguh.

Pembangunan sektor pertanian yang tangguh diarahkan untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat, kebutuhan bahan baku industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja serta mendorong kesempatan berusaha.

Pembangunan ekonomi Indonesia yang masih berorientasi pada sektor pertanian, dengan tujuan agar produksi pertanian dapat meningkat secara terus menerus dan salah satu upaya yang dilakukan untuk pemulihan ekonomi bangsa ditentukan oleh kemajuan pembangunan pertaniannya. Visi pembangunan pertanian yaitu mewujudkan usahatani tanaman pangan yang tangguh, modern dan efisien serta menyejahterakan petani dan masyarakat tani. Salah satu ciri usahatani tanaman pangan adalah peningkatan efisiensi sistem agribisnis yang mampu menghasilkan produk pertanian yang mengacu pada selera pasar domestik maupun internasional. Salah satu komoditas utama sub sektor tanaman pangan dalam sektor pertanian di Indonesia adalah padi atau beras. Beras merupakan komoditi strategis yang paling penting bagi masyarakat Indonesia sebagai sumber makanan pokok karena mengandung sumber energi dan protein serta karbohidrat yang dibutuhkan oleh tubuh manusia (Astawan, 2004).

Peningkatan akan permintaan beras di Indonesia yang seringkali tidak berjalan dengan optimal dikaitkan dengan kurangnya penganekaragaman bahan pangan dan inovasi pengolahan berbagai bahan makanan yang dihasilkan. Padahal salah satu fakta penting yang selama ini

menghambat pemanfaatan berbagai jenis bahan pangan adalah kurang efisiennya interaksi antara pelaku bisnis dalam proses distribusi produk atau komoditas pangan tertentu.

Kebutuhan akan sumber pangan terutama beras, jika tidak diimbangi dengan peningkatan produksi yang signifikan akan menghadapi masalah apabila produksi di dalam negeri yang terus menurun. Hal ini akan berdampak serius terhadap kebutuhan dan ketersediaan pangan serta menyebabkan kesenjangan hidup semakin melebar.

Untuk mengimbangi semakin pesatnya laju pertumbuhan penduduk Indonesia, maka usaha pertanian yang terpadu perlu digalakkan petani Indonesia. Dalam upaya membangun pertanian Indonesia agar menghasilkan kualitas dan kuantitas produk pertanian yang baik dapat ditingkatkan dengan peranan aktif pemerintah dalam hal pembuatan kebijakan dan pemberian fasilitas pertanian yang mendukung, guna tercapainya pemerataan swasembada pangan yang diharapkan pemerintah dapat terlaksana dengan baik.

Untuk itu, diperlukan usaha – usaha dalam meningkatkan hasil produksi pertanian, terutama beras dengan cara : 1) membangun gudang penyimpanan gabah, dan pabrik penggilingan padi, 2) menetapkan harga dasar gabah yang memihak kepada petani, 3) memberikan berbagai subsidi dan insentif modal kepada para petani agar petani dapat meningkatkan produksi pertaniannya, 4) menyempurnakan sistem kelembagaan usahatani gabah/beras melalui dibentuknya kelompok tani dan Koperasi Unit Desa (KUD) di seluruh pelosok daerah yang bertujuan untuk memberikan motivasi peningkatan produksi padi dan mengatasi segala hambatan yang dihadapi para petani.

KAJIAN TEORI

Distribusi perdagangan merupakan keseluruhan bentuk kegiatan perdagangan, mulai dari pengadaan komoditas dari produsen sampai dengan penyerahan komoditas tersebut kepada konsumen. Pendistribusian komoditas berkaitan erat dengan peran dari pedagang perantara, baik pedagang besar (*wholesaler*) maupun pedagang eceran (*retailer*), sebagai penghubung antara produsen dan konsumen sehingga terbentuk rantai distribusi perdagangan yang terdiri dari produsen, pedagang perantara, dan konsumen akhir. Setiap wilayah di Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang berbeda dalam usaha pemenuhan kebutuhan domestik. Hal tersebut dapat dipengaruhi baik oleh sumber daya alam maupun kebudayaan suatu wilayah sebagai sumber daya manusia dalam menghasilkan komoditas tertentu. Provinsi yang lebih unggul (sentra) dapat

memenuhi permintaan dari provinsi lain dan sebaliknya, provinsi yang kurang unggul dapat menjadi tujuan pasar bagi provinsi sentra. Dengan demikian, terkait kegiatan distribusi perdagangan komoditas maka rantai utama distribusi suatu provinsi dapat berasal dari produksi di dalam provinsi atau luar provinsi. Rantai distribusi mempunyai peranan penting dalam perekonomian masyarakat karena melibatkan berbagai pihak dalam menjalankan proses kegiatan ekonomi suatu wilayah. Rantai distribusi dikatakan efisien jika pergerakan suatu komoditas dari produsen ke konsumen ditempuh dengan biaya yang lebih murah dengan pembagian nilai tambah yang adil untuk setiap pelaku perdagangan yang terlibat dalam pendistribusian diiringi dengan tendensi harga yang terjangkau oleh konsumen.

Permasalahan rantai distribusi harus diperhatikan khususnya pada komoditas kebutuhan pokok seperti beras. Bagi mayoritas penduduk Indonesia, beras merupakan makanan pokok dan sumber nutrisi penting dalam struktur pangan. Beras memberikan peran hingga 45 persen dari total asupan gizi yang dibutuhkan atau sekitar 80 persen dari sumber karbohidrat utama dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, aspek penyediaan dan distribusi beras menjadi hal yang sangat penting mengingat jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Dilihat dari sisi produktivitas, meskipun memiliki potensi produksi yang cukup memadai saat ini diduga Indonesia mengalami masalah pada distribusi beras. Dugaan ini didasarkan dari disparitas harga yang cukup tinggi antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) menyatakan bahwa panjangnya rantai distribusi komoditas pertanian seperti beras akan berdampak pada melonjaknya harga hingga dua sampai tiga kali lipat di level konsumen, dibandingkan harga di level petani. Hasil survei ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam membangun sistem distribusi pasar domestik komoditas padi dan beras yang lebih baik.

Dalam bidang pertanian, margin pemasaran menunjukkan selisih harga dari dua tingkat rantai distribusi, yaitu perubahan harga antara harga petani dan harga eceran (*retail*). Cara perhitungan ini sama dengan konsep nilai tambah (*added value*). Ada tiga metode untuk menghitung margin pemasaran yaitu : 1) mengikuti saluran pemasaran dari komoditi spesifik, 2) membandingkan harga pada berbagai tingkat pemasaran yang berbeda, dan 3) mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang (Anindita, 2003). Panjang pendeknya sebuah rantai distribusi dapat mempengaruhi margin pemasaran, karena semakin panjang rantai distribusi maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran yang terlibat semakin

banyak. Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani (produsen) semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung ke petani, sehingga rantai distribusi yang terjadi semakin panjang dan dapat dikatakan tidak efisien (Istiyanti, 2010).

Analisis margin pemasaran dan *share* harga adalah salah satu cara untuk mengetahui tingkat efisiensi suatu pemasaran. Margin pemasaran dapat diketahui dari perhitungan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam proses pemasaran. Margin pemasaran dengan kata lain juga dapat diartikan sebagai perbedaan harga yang diterima petani dengan pedagang perantara (Zubaidi, 2008).

METODE PENELITIAN

Secara khusus, penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan pola distribusi dan nilai margin pemasaran yang diperoleh setiap pelaku distribusi komoditas padi sawah menjadi beras. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mendeskripsikan pola distribusi beras dan bahan baku beras dari petani ke konsumen akhir di Kecamatan Sunggal, dan 2) menganalisis berapa besar margin keuntungan yang diperoleh setiap pemasar dalam rantai distribusi beras di Kecamatan Sunggal, khususnya di Desa Purwodadi. Penelitian ini melibatkan 70 petani, 8 pedagang perantara, 4 penggilingan padi, 7 pedagang besar dan 5 pengecer dengan menggunakan metode penelitian dengan teknik *simple random sampling* yang kemudian data yang diperoleh dilakukan analisis secara deskriptif berdasarkan pola distribusi dan margin pasar padi dan beras.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Padi Sawah di Desa Purwodadi, Kecamatan Sunggal

Kecamatan Sunggal, terkhusus didalamnya Desa Purwodadi memiliki lahan keseluruhan seluas 216 Ha dengan rincian, sekitar 207 Ha (95,8%) dimanfaatkan sebagai lahan perkebunan, pembuatan fasilitas dan sarana umum, pemukiman serta pembangunan berbagai jenis pabrik. Dan sekitar 8,9 Ha (4,2%) yang masih dimanfaatkan sebagai lahan persawahan, dengan memproduksi gabah kering giling (GKG) sebanyak 598,95 Kw/GKG dari setiap musim panen, dengan rata-rata 8,56 Kw/GKG yang dihasilkan para petani padi sawah.

Adapun penghasilan petani dengan memiliki lahan sendiri dijual kepada pedagang tengkulak dengan sistem tebasan maupun langsung ke penggilingan padi dengan sistem kiloan (per Kg), sebagaimana berikut :

Tabel 1. Karakteristik Petani Padi Sawah di Desa Purwodadi, Sunggal

No.	Uraian	Keterangan
1.	Alamat Responden	Desa Purwodadi Kec. Sunggal
2.	Rata-rata kepemilikan lahan/petani	500 - 2.000 m ² / petani
3.	Varietas padi (dominan)	Ciherang dan IR-64
4.	Intensitas panen	3 kali/ Tahun
5.	Pola tanam	Padi-padi-palawija
6.	Biaya produksi	Rp.2.000,-/ kg GKG
7.	Rata-rata pendapatan petani	Rp.3.462.554,-/panen
8.	Sumber modal	
	a. Modal sendiri	31,4 %
	b. Modal pinjaman Non Bank	68,6 %
9.	Sistem penjualan	
	a. Tebasan (70%)	Harga rata-rata Rp.4.050,-/Kg
	b. Kiloan (30%)	Harga rata-rata Rp.4.350,-/Kg
10.	Bentuk penjualan gabah	Gabah Kering Giling (GKG)
11.	Kendala dalam Penjualan	Keterbatasan dalam informasi pasar, informasi harga gabah naik atau turun, pembayaran kredit yang dilakukan oleh pedagang tengkulak

Sumber : Data diolah (2022)

Secara umum, banyak petani padi di Desa Purwodadi yang menghadapi permasalahan dalam kemampuan permodalan. Hal ini dibuktikan dari tabel di atas, yang menginformasikan bahwa sekitar 31,4 persen responden mengeluarkan biaya sendiri untuk memproduksi padi atau beras, sementara sebanyak 68,6% petani menggunakan modal sendiri dan melakukan pinjaman kredit non bank dimana modal sendiri yang dikeluarkan oleh petani hanya 40% dan sisanya (60%) menggunakan pinjaman kredit non Bank. Petani yang melakukan pinjaman kredit non bank seperti meminjam pada kerabatnya bahkan ada yang meminjam pada rentenir (sebagian besar merupakan pedagang tengkulak) hal ini dikarenakan para petani lebih menyukai cara yang praktis untuk mendapatkan modal sebagai kegiatan usahatani, serta untuk kehidupan sehari-hari tanpa memikirkan bunga yang lebih besar jika meminjam kepada bank. Mereka cenderung tidak melakukan pinjaman kepada Bank, karena proses pencairan dana yang sulit dan membutuhkan

waktu yang lama selain itu bank juga memerlukan jaminan jika hendak memberikan pinjaman kepada nasabah.

Hal ini sesuai dengan pendapat Mears (dalam Supriatna, 2002) yang menyatakan bahwa petani padi di Indonesia sangat membutuhkan kredit untuk tujuan produksi, belanja hidup sehari-hari dan pertemuan-pertemuan sosial. Kepemilikan lahan usaha yang sempit, lapangan pekerjaan yang terbatas diluar musim tanam, dan pemborosan menyebabkan banyak petani tidak dapat mengelola hidup dari satu panen ke panen lainnya tanpa adanya pinjaman. Petani sangat erat kaitannya dengan produksi hasil tanaman pangan yang di tanam. Berdasarkan ketentuan yang ada bahwa, petani sangat berperan besar dalam kegiatan pertanian. Panen yang dihasilkan sangat dipengaruhi pedagang tengkulak yang berperan aktif dalam menentukan harga yang ada di lapangan.

Petani cenderung menjual ke pedagang tengkulak dengan harga yang relatif murah, sehingga menguntungkan pedagang tengkulak dan petani yang dirugikan. Keadaan seperti itu dapat dilihat dari sistem pembayaran yang dilakukan pedagang tengkulak dengan memberi uang muka terlebih dahulu sebelum petani memanen hasil padi sawahnya. Petani belum berani dalam menentukan harga produk pertanian terutama hasil padi sawah. Pengetahuan dan informasi pasar yang kurang memadai cenderung membuat petani terpuruk, serta penggunaan pupuk yang berlebihan menyebabkan petani tidak dapat meminimalisir biaya produksi yang tinggi sementara mereka harus memenuhi kebutuhan hidup yang semakin meningkat. Disamping itu, cara penjualan gabah langsung oleh petani padi sawah kepada tengkulak di Desa Purwodadi setelah panen sulit dihindari karena disamping petani mempunyai kebutuhan yang mendesak, juga mereka umumnya tidak mempunyai sarana pengeringan dan penyimpanan gabah kering panen (GKP) yang memadai. Hal ini menyebabkan harga gabah petani anjlok atau turun karena suplai gabah waktu panen raya meningkat sehingga posisi tawar petani sangat lemah.

Karakteristik Pedagang Tengkulak

Adapun gambaran umum responden pedagang tengkulak di Desa Purwodadi berdasarkan data-data yang diperoleh seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 2. Karakteristik Pedagang Tengkulak di Desa Purwodadi, Sunggal

No.	Uraian	Keterangan
1.	Volume pembelian	Kisaran 50-80 Kw/ musim panen
2.	Bentuk pembelian	Gabah Kering Giling (GKG)
3.	Bentuk penjualan	Gabah Kering Giling (GKG)
4.	Rata-rata harga pembelian	Rp.4.050,- (GKG/Kg)
5.	Rata –rata harga penjualan	Rp.4.925,- (GKG/Kg)
6.	Sumber modal	
	a. Modal sendiri	37,5%
	b. Penggilingan padi	62,5%
7.	Wilayah pembelian	Dusun-dusun dalam Desa 100%
8.	Kegiatan (Fungsi pemasaran)	Penaksiran Harga, Pematangan Padi, Pengarungan, Pembayaran, dan Survey Lokasi

Sumber : Data diolah (2022)

Pada tabel di atas, bentuk gabah yang dibeli oleh responden pedagang tengkulak mayoritas adalah Gabah Kering giling (GKG) dengan harga rata-rata Rp.4.050,- (GKG/Kg), kemudian pedagang tengkulak menjual kembali tanpa merubah bentuk dari gabah tersebut dengan harga rata-rata Rp.4.925,- (GKG/Kg). Dalam hal ini responden pedagang tengkulak hanya melakukan penaksiran harga gabah petani di sawah kemudian melakukan pematangan padi dan menjual kembali dalam bentuk yang sama tanpa memberikan perlakuan khusus. Rata-rata dalam satu musim panen mereka mampu membeli gabah dari petani antara 50 sampai 80 kuintal.

Sumber permodalan utama responden pedagang tengkulak sebesar 62,5% berasal dari penggilingan padi. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya keterkaitan usaha antara responden pedagang tengkulak dengan pihak penggilingan padi yang mana pedagang tengkulak merupakan kaki tangan dari penggilingan padi. Kemudian sisanya (37,5%) responden pedagang tengkulak menggunakan modal sendiri untuk melakukan kegiatan usahanya. Responden pedagang tengkulak yang bekerja secara individu bebas memilih kemana mereka akan menjual hasil pembeliannya sesuai dengan keuntungan yang diharapkan. Kegiatan yang dilakukan oleh pedagang tengkulak dalam fungsi pemasaran yaitu melakukan penaksiran harga, memilih jenis padi, tawar menawar dan pengemasan padi dalam kantong beras. Penaksiran harga dalam hal ini adalah para pedagang tengkulak mampu menaksir berbagai harga jenis padi.

Kegiatan memilih jenis padi dalam hal ini adalah memilah berbagai jenis padi yang akan dibeli pada saat pembelian sehingga mereka dapat memperoleh jenis padi yang diharapkan.

Kegiatan pengemasan yang dilakukan oleh para pedagang tengkulak dengan tujuan mendistribusikan kepada pembeli berikutnya. Kegiatan pengemasan ini juga bertujuan untuk menjaga kualitas padi agar tetap stabil.

Karakteristik Penggilingan Padi

Adapun gambaran umum penggilingan padi di Desa Purwodadi dan sekitarnya berdasarkan data-data yang diperoleh seperti terangkum pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Karakteristik Penggilingan Padi di Desa Purwodadi dan Sekitarnya

No.	Uraian	Keterangan
1.	Volume pembelian	Kisaran 15-25 Ton/ musim panen
2.	Bentuk pembelian	Gabah Kering Giling (GKG)
3.	Bentuk penjualan	Beras
4.	Rata-rata harga pembelian	Rp.4.925,- (GKG/Kg)
5.	Rata-rata harga penjualan	Rp.8.465,- (Beras/Kg)
6.	Sumber modal	Sendiri dan Pinjaman Bank
7.	Wilayah pembelian	Beberapa Desa/Kelurahan dalam Kecamatan
8.	Kegiatan (Fungsi pemasaran)	Pengelompokkan jenis gabah, Pengeringan, Penggilingan, dan Pengemasan

Sumber : Data diolah (2022)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk memenuhi kapasitas gilingnya, penggilingan padi di Desa Purwodadi mampu membeli gabah sebanyak 15 ton sampai 25 ton Gabah Kering Giling (GKG) dalam satu musim panen. Adapun sumber modal utama penggilingan padi adalah modal sendiri dan dari pinjaman bank. Pada era globalisasi ekonomi seperti sekarang ini, untuk menambah modal usahanya penggilingan padi sangat mungkin untuk menjalin hubungan dengan lembaga perbankan, karena mereka memiliki aset berupa usaha penggilingan padi untuk dijadikan agunan. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik penggilingan padi adalah mengubah bentuk gabah menjadi beras. Di sini mulai ada perlakuan khusus pada gabah untuk diproses menjadi beras yang diawali dengan pengelompokan jenis gabah, dan penggilingan gabah. Setelah gabah diproses menjadi beras, kemudian pelaku penggilingan padi melakukan pengemasan dalam bentuk kemasan karung maupun kemasan berlabel untuk disalurkan kepada pedagang pengepul yang ada di pasar-pasar di Desa/Kelurahan dan Kota.

Karakteristik Pedagang Pengepul

Adapun gambaran umum responden pedagang pengepul di Desa Purwodadi dan sekitarnya berdasarkan data-data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, dihasilkan seperti terangkum pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Karakteristik Pedagang Pengepul di Desa Purwodadi dan Sekitarnya

No.	Uraian	Keterangan
1.	Volume pembelian	Kisaran 5 - 10 Ton/Musim
2.	Bentuk pembelian	Beras dan Berlabel
3.	Bentuk penjualan	Beras dan Berlabel
4.	Rata-rata harga pembelian	Rp.8.465,-/Kg
5.	Kisaran harga penjualan	Rp.9.525,-/Kg
6.	Sumber modal	42,86 %
	a. Sendiri	57,14 %
	b. Sendiri dan Pinjaman Bank	
7.	Wilayah pembelian	Desa dalam Kecamatan

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pedagang pengepul membeli padi yang sudah menjadi beras dan menjual kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada perubahan. Dalam sekali transaksi pedagang pengepul mampu membeli beras rata-rata sebanyak 5-10 Ton/musim panen. Sumber modal pedagang pengepul dalam melakukan usahanya adalah 42,86% responden menggunakan modal sendiri dan 57,14% responden menggunakan modal sendiri dan bantuan pinjaman dari Bank.

Pedagang pengepul padi di Desa Purwodadi, Kecamatan Sunggal rata-rata banyak berada di pusat pasar daerah. Responden pedagang pengepul dalam penelitian ini adalah perwakilan pedagang pengepul komoditas padi dari tiap Desa/Kelurahan di Kecamatan Sunggal. Hal ini dikarenakan kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengepul adalah mendistribusikan padi hasil pembeliannya kepada pedagang pengecer yang ada di masing-masing Desa/Kelurahan. Fungsi pemasaran dari pedagang pengepul adalah membeli padi yang sudah menjadi beras di tempat penggilingan padi atau di gudang-gudang penyimpanan beras milik pedagang pengepul kemudian menyalurkan beras kepada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar daerah setiap Kota maupun Kecamatan lain.

Karakteristik Pedagang Pengecer

Adapun gambaran umum pedagang pengecer di Desa Purwodadi berdasarkan rata-rata yang diperoleh seperti terangkum pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Karakteristik Pedagang Pengecer di Desa Purwodadi dan Sekitarnya

No.	Uraian	Keterangan
1.	Volume pembelian	5 - 13 Kw/Musim
2.	Bentuk pembelian	Beras dan Beras Berlabel
3.	Bentuk penjualan	Beras dan Beras Berlabel
4.	Varietas beras yang diminati konsumen	Ciherang dan IR-64
5.	Kisaran harga pembelian	Rp.9.525,-/Kg
6.	Kisaran harga penjualan	Rp.10.300,-Kg
7.	Sumber modal	40 %
	a. Sendiri	60 %
	b. Sendiri dan Pinjaman Bank	
8.	Kegiatan (Fungsi pemasaran)	Mengurangi biaya produksi, dan menambah biaya pengeluaran.

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pedagang pengecer dalam hal ini mereka membeli beras dan menjualnya kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada perlakuan apapun, hanya saja ada proses pengemasan yang dilakukan agar padi yang sudah menjadi beras tidak akan hilang kualitasnya, pedagang pengecer hanya mampu melakukan pembelian beras sekitar 5-13 Kw/musim panen.

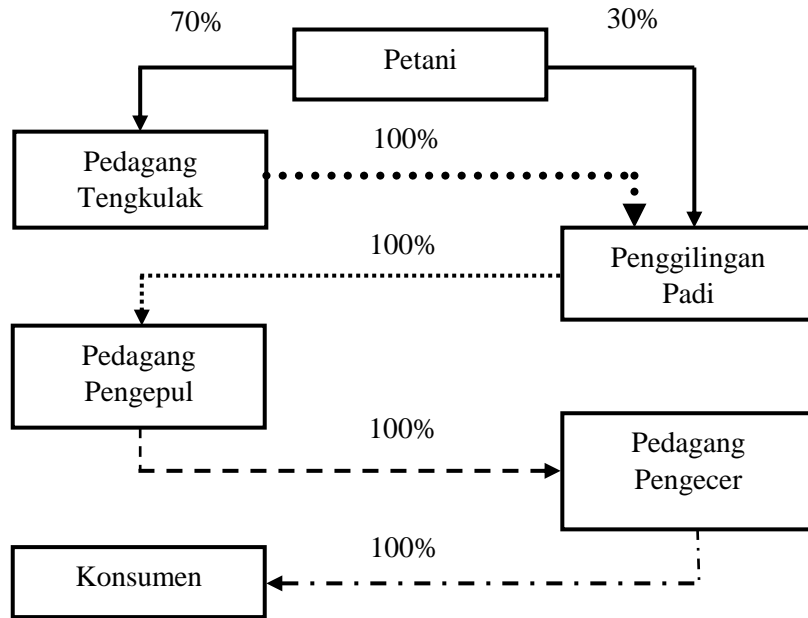
Pedagang pengecer di Desa Purwodadi pada umumnya berada di pasar-pasar di pusat Kota maupun Kecamatan. Varietas padi yang sudah menjadi beras yang lebih diminati konsumen adalah Ciherang dan IR-64, karena harga dipasaran yang relatif terjangkau bagi konsumen. Sumber modal pedagang pengecer adalah 40% menggunakan modal sendiri dan 60% menggunakan modal sendiri dan bantuan pinjaman dari bank.

Pedagang pengecer banyak yang berstatus rangkap yaitu selain pedagang pengecer juga pedagang pengepul. Pedagang pengecer dapat secara bebas memilih ke penggilingan padi (kilang) mana saja mereka memesan beras sesuai dengan permintaan konsumen sehingga mereka bisa menawarkan banyak jenis merk beras ke konsumen. Pedagang pengecer dapat menjual beras baik dalam bentuk kemasan pabrik maupun secara eceran sesuai permintaan konsumen akhir. Di tingkat pedagang pengecer pada umumnya tidak ditemukan permasalahan yang berarti.

Dengan menggunakan teknik analisis untuk mencari proporsi (persentase) menggunakan distribusi frekuensi yang diperoleh berdasarkan data penelitian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan masing-masing pelaku distribusi komoditas padi dan beras, hasil perhitungan

analisis deskriptif persentase mengenai pemilihan rantai distribusi padi sawah di Desa Purwodadi, Kecamatan Sunggal dapat ditampilkan pada gambar di bawah ini :

Gambar 1. Persentase Mengenai Pemilihan Rantai Distribusi Padi dan Beras di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal



Keterangan :

- ▶ = Distribusi hasil panen Petani padi sawah
-▶ = Distribusi hasil pembelian Pedagang Tengkulak
-▶ = Distribusi hasil pembelian Penggilingan Padi
- ▶ = Distribusi hasil pembelian Pedagang Pengepul
- . - . - ▶ = Distribusi hasil pembelian Pedagang Pengecer

Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran dihitung untuk mencari selisih antara harga jual gabah di tingkat petani dengan harga jual beras di tingkat pengecer. Prosedur analisis ini dilakukan dengan memilih dan mengikuti rantai distribusi dari komoditi spesifik, membandingkan harga pada berbagai tingkat pemasaran yang berbeda, dan mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang. Pada garis besarnya pelaku distribusi komoditas padi dan beras di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal mayoritas menggunakan rantai distribusi berikut ini, yaitu : Petani (70%) → Pedagang Tengkulak (100%) → Penggilingan Padi (100%) → Pedagang Pengepul (100%) → Pedagang Pengecer (100%) → Konsumen.

Berikut disampaikan hasil analisis margin pemasaran yang terdiri dari biaya yang dibutuhkan pelaku pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh pelaku pemasaran pada setiap rantai distribusi komoditas padi sawah yang paling dominan di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal. Pada tabel di bawah ini akan menginformasikan bahwa jenis pembiayaan utama pedagang tengkulak meliputi biaya pemotongan padi, biaya pengangkutan, dan bongkar muat adalah sebesar Rp.825,-/Kg Gabah Kering Giling (GKG). Kemudian penggilingan padi sebesar Rp.3.525,-/Kg Gabah Kering Giling (GKG). Total biaya pemasaran pelaku distribusi selanjutnya masing-masing adalah pedagang pengepul Rp.1.050,-/Kg beras dan pedagang pengecer Rp.750,-/Kg.

Biaya pemasaran (*marketing cost*) tersebut terlihat penggilingan padi lebih banyak mengeluarkan biaya-biaya untuk proses distribusi padi sawah antara lain biaya pengeringan, penggilingan padi, pengemasan, transportasi dan bongkar muat. Biaya penggilingan yang cukup tinggi karena mesin menggunakan bahan bakar yang harus dikeluarkan oleh penggilingan padi. Pengeluaran yang paling tinggi terjadi pada proses pengeringan dan penggilingan padi, yaitu masing-masing sebesar Rp.1.500,- dan Rp.1.100,-/Kg gabah atau padi. Besarnya pembiayaan tersebut dikarenakan gabah atau beras di penggilingan padi mendapatkan perlakuan penting meliputi : i) proses pengeringan menggunakan mesin yang memberikan keuntungan berupa proses pengeringan yang sangat cepat dengan kapasitas 15 ton gabah dalam waktu 9 jam, tanpa terkendala keadaan cuaca, dan hasil pengeringan menghasilkan gabah dengan kadar air 13,5 persen yang akan menghasilkan kualitas beras lebih baik (dimana angka rendemen meningkat dan persentase beras

pecah berkurang), ii) proses pengklasifikasian mutu beras, iii) proses pengemasan (30 Kg/kemasan), dan iv) pembuatan merk dagang (*labelling*).

Tabel 6. Margin Pemasaran Komoditas Padi dan Beras di Desa Purwodadi, Kecamatan Sunggal

No.	Uraian Kegiatan	Satuan (Rp./Kg)	Persentase (%)
1. Petani / Produsen			
a.	Harga beli		
b.	Margin pemasaran		
c.	Harga jual GKP ¹⁾	4.050	39,32 ⁶⁾
2. Pedagang Tengkulak			
a.	Harga beli	4.050	39,32
b.	Margin pemasaran	875	8,50
	- Biaya pemasaran ²⁾	825	
	- Margin keuntungan	50	
c.	Harga jual	4.925	47,82
3. Penggilingan Padi			
a.	Harga beli	4.925	47,82
b.	Margin pemasaran	3.540	34,37
	- Biaya pemasaran ³⁾	3.525	
	- Margin keuntungan	15 ⁷⁾	
c.	Harga jual	8.465	82,19
4. Pedagang Pengepul			
a.	Harga beli	8.465	82,19
b.	Margin pemasaran	1.060	10,29
	- Biaya pemasaran ⁴⁾	1.050	
	- Margin keuntungan	10	
c.	Harga jual	9.525	92,48
5. Pedagang Pengecer			
a.	Harga beli	9.525	92,48
b.	Margin pemasaran	775	7,52
	- Biaya pemasaran ⁵⁾	750	
	- Margin keuntungan		
c.	Harga jual	25	
		10.300	100,0

Sumber : Data diolah (2022)

Keterangan :

- 1) Gabah Kering Giling
- 2) Biaya pemotongan padi, bongkar muat, dan transportasi
- 3) Biaya jemur, giling, pengurangan, bongkar muat, dan transportasi
- 4) Biaya transportasi, pengemasan, dan bongkar muat
- 5) Biaya bongkar muat dan transportasi
- 6) Harga jual di tingkat pelaku/harga jual di tingkat pengecer 100%
- 7) Rendemen giling di jadikan beras per Kg gabah (60%) x harga jual-biaya produksi

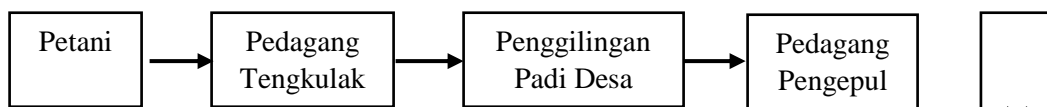
Margin pemasaran (*marketing margin*) yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada penggilingan padi (34,37%), pedagang pengepul (10,29%), pedagang tengkulak (8,50%) dan pedagang pengecer (7,52%). Berdasarkan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), pemilik penggilingan padi yang memproses gabah hingga menjadi beras sekaligus menjualnya memperoleh keuntungan sebesar Rp.15,-/Kg beras. Pedagang tengkulak yang tidak mengubah Gabah Kering Giling (GKG) menjadi beras memperoleh margin keuntungan sebesar Rp.50,-/Kg. Para pedagang perantara lain yang terlibat, mereka mengutip margin keuntungan sebesar Rp.10,- untuk pedagang pengepul dan Rp.25,- untuk pedagang pengecer/Kg beras.

Pola Distribusi Komoditas Padi dan Beras di Desa Purwodadi

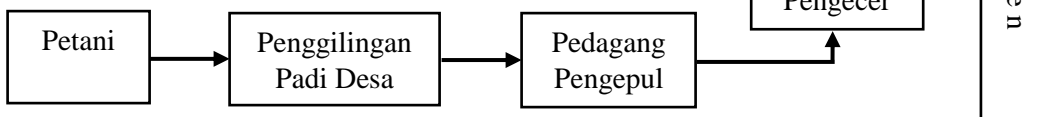
Pada hakikatnya kegiatan pemasaran dilakukan untuk menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen. Namun demikian, penyampaian produk pertanian seperti padi atau gabah pada umumnya tidak dapat langsung disalurkan kepada konsumen. Menurut Mubyarto (dalam Ariwibowo, 2013) pemasaran produk pertanian membutuhkan proses yang lebih panjang bila dibandingkan dengan pemasaran produk non pertanian. Hal tersebut terjadi karena produk pertanian (padi atau gabah) membutuhkan perlakuan-perlakuan khusus dalam penanganan pasca panen. Oleh karena itu, pemasaran produk pertanian membutuhkan lembaga-lembaga pemasaran yang mana lembaga tersebut menjalankan fungsi pemasarannya masing-masing.

Gambar 2. Pola Distribusi Komoditas Padi dan Beras di Desa Purwodadi, Kecamatan Sunggal

Rantai Distribusi I :



Rantai Distribusi II :



Berdasarkan gambar 4.2 di atas bahwa pola distribusi padi sawah di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal ditemukan dua rantai distribusi, yaitu : i) Rantai distribusi pertama : Petani → Pedagang Tengkulak → Penggilingan Padi → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer →

Konsumen, ii) Rantai distribusi kedua : Petani → Penggilingan Padi → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen.

Pada rantai pemasaran pertama, petani (70%) menjual gabah kering giling (GKG) ke pedagang tengkulak yang merupakan kaki tangan penggilingan padi (kilang beras). Dari pedagang tengkulak tersebut, gabah disalurkan ke penggilingan padi. Di penggilingan padi gabah dikelompokkan dan mengalami perlakuan khusus meliputi proses pengeringan, penggilingan, dan pengemasan. Gabah yang olah penggilingan padi menjadi beras kemudian dikemas untuk selanjutnya disalurkan kepada pedagang pengepul yang berada di pusat pasar Kota ataupun Kecamatan. Selanjutnya beras dari pedagang pengepul didistribusikan kepada pedagang pengecer yang berada di pusat pasar daerah. Akan tetapi, pola distribusi yang ada di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal yang terlaksana juga pola distribusinya yang kedua yaitu: Petani menyalurkan gabah atau beras kepada penggilingan padi, kemudian penggilingan padi menyalurkan beras ke pedagang pengepul, selanjutnya pedagang pengepul menyalurkan beras kepada pedagang pengecer, dan dari pedagang pengecer disalurkan kepada konsumen akhir.

Pada pola distribusi komoditas padi yang kedua, petani (30%) menjual padi atau gabah langsung kepada penggilingan padi dalam bentuk Gabah Kering Giling (GKG). Di penggilingan padi, gabah di proses menjadi beras yang selanjutnya disalurkan ke pedagang pengepul. Dari pedagang pengepul kemudian beras disalurkan kepada pedagang pengecer. Pedagang pengepul sendiri mampu membeli beras rata-rata 5-10 ton per musim panen berlangsung. Bentuk pembelian dan penjualan beras yaitu beras dan berlabel. Berlabel artinya beras yang sudah dalam bentuk kemasan bermerk. Sumber modalnya bersumber dari modal sendiri 37,5% dan pinjaman bank 62,5%, karena pedagang pengepul sudah memiliki dana untuk membeli beras. Sedangkan pedagang pengecer membeli beras rata-rata 5 sampai 13 kuintal per musim panen, karena pedagang pengecer menjual beras yang dominan diminati konsumen yaitu padi dengan jenis varietas Ciherang dan IR-64.

Apabila dicermati lebih jauh, ada satu hal yang menarik dari pola distribusi padi di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal, yaitu tidak terlibatnya KUD dalam distribusi komoditas padi dan beras. Menurut Surono (dalam Ariwibowo, 2013) di Indonesia KUD atau kelompok tani tidak banyak berperan dalam hal pemasaran. Kebanyakan KUD atau kelompok tani yang ada hanya berperan dalam teknis budidaya dan penyaluran sarana produksi pertanian. Kecenderungan ini sama dengan studi yang dilakukan oleh Sidik dan Purnomo (dalam Mardianto, 2005) yang

dilakukan di Kabupaten Karawang. Menurutnya, tidak terlibatnya KUD dan Bulog disebabkan karena harga gabah yang ada dipasaran lebih tinggi dari harga dasar yang ditetapkan pemerintah. KUD dan Bulog tidak ada insentif untuk melakukan pembelian padi petani.

Mayoritas (70%) petani menjual hasil panen mereka kepada pedagang tengkulak dengan sistem tebasan. Sistem penjualan dengan tebasan merupakan cara pembelian yang tidak transparan, yang mana petani menjual hasil panen mereka di sawah tanpa mengetahui jumlah produksi padi dari hasil panen. Dalam hal ini petani tidak melakukan pemanenan, karena pemanenan dilakukan oleh pedagang tengkulak setelah ada kesepakatan harga pembelian. Jika rata-rata harga penjualan padi yang diterima petani dengan sistem tebasan relatif rendah yaitu sekitar Rp.3.625,- sampai Rp.4.150,-/Kg Gabah Kering Giling (GKG).

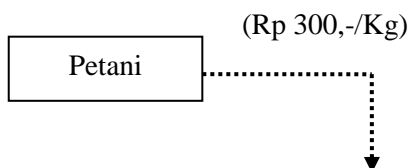
Kemudian sisanya (30%) petani menjual hasil panen langsung ke penggilingan padi dengan sistem kiloan (per Kg), karena pada umumnya mereka melakukan penjualan tersebut dikarenakan lokasi sawahnya dekat dengan tempat penggilingan padi. Harga yang diterima petani dalam menjual padi atau gabah ke penggilingan padi lebih tinggi jika dibandingkan dengan sistem kiloan, yaitu rata-rata Rp.4.350,-/Kg Gabah Kering Giling (GKG).

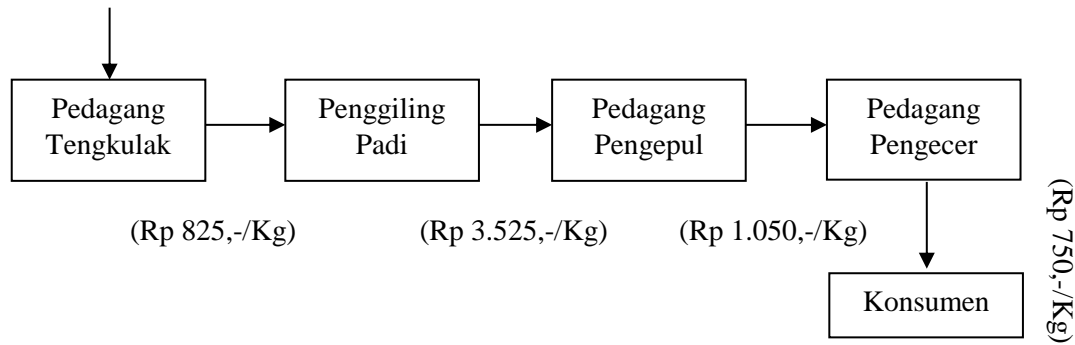
Mayoritas petani menjual hasil panen mereka secara langsung kepada pedagang tengkulak maupun penggilingan padi dalam bentuk gabah kering giling (GKG). Tidak ada petani yang menjual padi atau gabahnya dalam bentuk gabah kering panen (GKP) maupun gabah kering simpan (GKS). Sebenarnya petani dapat menerima harga lebih tinggi jika seandainya mereka menjual padi dalam bentuk beras.

Nilai Rantai Distribusi Komoditas Padi

Pada garis besarnya rantai distribusi komoditas padi sawah di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal yaitu : Petani → Pedagang Tengkulak → Penggilingan Padi → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen. Secara skematis nilai margin pemasaran (*marketing margin*) komoditas padi sawah di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 3. Margin Pemasaran Pasar Domestik Komoditas Padi dan Beras di Desa Purwodadi, Kecamatan Sunggal





Berdasarkan skema margin pemasaran di atas, dapat di ketahui bahwa panjangnya rantai distribusi yang ada di Desa Purwodadi Kecamatan Sunggal memicu tingginya disparitas antara harga padi atau gabah di tingkat petani dan harga beras di tingkat konsumen. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya selisih harga gabah atau padi di tingkat petani dan di tingkat konsumen yaitu Rp.6.150,-/Kg. Banyaknya pelaku dalam distribusi menyebabkan besarnya biaya distribusi (margin pemasaran yang tinggi), sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pelaku distribusi. Keadaan ini cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang harus dibayarkan oleh konsumen.

Pada gambar diatas menginformasikan bahwa margin pemasaran (*marketing margin*) yang tidak dapat dinikmati petani (70%) terdistribusi ke pedagang tengkulak yaitu sebesar Rp.4.050,-/Kg Gabah Kering Giling (GKG). Sebaliknya petani (30%) yang menjual padi atau gabahnya langsung ke penggilingan padi memperoleh tambahan nilai margin sebesar Rp.300,-/Kg. Hal ini dikarenakan harga jual dengan sistem tebasan ke pedagang tengkulak umumnya lebih rendah (yaitu hanya sebesar Rp.3.625,- sampai Rp.4.150,-/kg), jika dibandingkan dengan harga jual langsung ke penggilingan padi yaitu sebesar Rp.4.350,-/Kg. Sehingga petani yang mendistribusikan padi atau gabah ke pedagang tengkulak tidak dapat memperoleh nilai tambah dari kegiatan pemasaran hasil panen padi.

Pedagang tengkulak yang membeli padi atau gabah dari petani dengan harga rata-rata sebesar Rp.4.050,-/Kg, yang selanjutnya dijual ke penggilingan padi dengan harga Rp.4.925,-/Kg dan memperoleh nilai margin sebesar Rp.875,-/Kg. Keuntungan bersih (*net benefit margin*) yang diperoleh pedagang tengkulak dalam mendistribusikan hasil pembelian padi atau gabah dari petani ke penggilingan padi adalah Rp.50,-/Kg setelah dikurangi dengan biaya pemasaran (*marketing cost*) untuk pemotongan padi, bongkar muat dan transportasi sebesar Rp.825,-/Kg.

Selanjutnya penggilingan padi yang merubah bentuk gabah atau padi menjadi beras menjualnya ke pedagang pengepul dengan harga jual Rp.8.465,-/Kg beras. Penggilingan padi

memperoleh margin pemasaran cukup besar yaitu Rp.3.540,-/Kg atau sekitar 34,37% dari keseluruhan margin pemasaran gabah atau beras. Besarnya margin pemasaran pada pemilik penggilingan, dikarenakan di penggilingan padi, gabah atau beras dikeringkan terlebih dahulu menjadi gabah kering giling (GKG). Dalam proses penggilingan tersebut akan mengalami susut hasil sekitar 60% dari berat gabah yang semula. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh penggilingan padi untuk mendistribusikan beras ke pedagang pengepul adalah Rp.3.525,-/Kg, dengan keuntungan bersih sebesar Rp.15,-/Kg.

Di pedagang pengepul kemudian beras dijual ke pedagang pengecer dengan harga jual Rp.9.525,-/Kg. Margin pemasaran sebesar Rp.1.060,-/Kg atau sekitar 10,29% dari keseluruhan margin pemasaran gabah atau padi. Besar pembiayaan yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul untuk mendistribusikan beras ke pedagang pengecer yaitu Rp.1.050,-/Kg beras, meliputi biaya transportasi, bongkar muat dan biaya pengemasan. Selanjutnya pedagang pengecer yang merupakan pelaku distribusi yang berhadapan langsung dengan konsumen menjual beras tersebut dengan harga Rp.10.300,-/Kg. Margin pemasaran di pedagang pengecer yaitu Rp.775,-/Kg atau 7,52 persen. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan bersih Rp.25,-/Kg dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.750,-/Kg untuk biaya transportasi dan bongkar muat.

Meskipun keuntungan di penggilingan hanya Rp.25,-/Kg beras, tetapi volume penjualannya paling besar yaitu sekitar 15 sampai 25 ton beras dalam sekali musim panen di penggilingan padi. Keuntungan di penggilingan padi tersebut dapat dilihat secara kasar dari hasil kuantitatif rendemen giling padi sebesar 60%.

Menurut Balai Pengembangan Mekanisme Pertanian (2022) dalam proses pengolahan padi atau gabah menjadi beras juga akan menghasilkan nilai tambah, yaitu hasil kandungan bekatul (8-10%) dan sekam (23%) yang semuanya mempunyai nilai ekonomis yang tinggi. Kenyataan ini menunjukkan bahwa proses pengolahan dan pendistribusian sangat menentukan nilai tambah dari setiap kegiatan pasca panen dari suatu komoditas pertanian. Petani yang menjual hasil panen secara langsung di sawah, tidak dapat ikut menikmati nilai tambah yang dihasilkan dari perdagangan gabah menjadi beras. Menurut Natawidjaja (dalam Mardianto, 2005) pelaku distribusi beras di sebagian besar wilayah mampu meningkatkan margin keuntungannya pada saat terjadi kenaikan harga di pasar konsumen dengan cara menanggukkan kenaikan harga yang diterima pada harga yang seharusnya dibayarkan kepada petani. Sebaliknya pelaku pasar juga

mampu menjaga margin keuntungan yang sama walaupun harga di tingkat konsumen sedang turun dengan cara mempercepat penurunan harga beli pada petani, sehingga resiko pasar dibebankan seluruhnya pada petani. Perilaku tersebut menunjukkan adanya kekuatan monopsonistik karena mereka memiliki aksesibilitas dan informasi yang cepat ke pasar konsumen. Dengan penguasaan pasar tersebut pelaku distribusi dapat meneruskan risiko fluktuasi pasar pada tingkat dibawahnya dan akhirnya sampai pada petani sebagai penerima risiko tanpa mampu menolak ataupun menghindari.

Tingginya margin pemasaran disebabkan adanya 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 pihak yang mengeluarkan biaya dengan mengambil keuntungan dalam pemasaran tersebut, maka akibatnya adalah pendistribusian kurang efisien. Dalam hal ini, petani hanya sebatas produsen gabah atau padi sekaligus *price taker*, mereka cenderung menjual produknya berupa gabah atau padi sawah dan bukan berupa beras. Keadaan ini memperlihatkan adanya ketepisan petani dari distribusi komoditas gabah atau padi. Dengan demikian, adanya disparitas antara harga padi di tingkat produsen dan harga beras di tingkat konsumen. Dengan demikian dipastikan bahwa cukup besar hasil yang diterima oleh pedagang tengkulak, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer yang tidak akan dinikmati oleh petani.

KESIMPULAN

Rantai distribusi komoditas padi dan beras di Kecamatan Sunggal, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat dua pola, yaitu: i) Rantai distribusi pertama : Petani → Pedagang Tengkulak → Penggilingan Padi → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen, ii) Rantai distribusi kedua : Petani → Penggilingan Padi → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen. Dengan pola distribusi yang ada para pelaku distribusi padi dan beras dapat memperoleh keuntungan. Dari pola distribusi yang ada, petani menghadapi beberapa permasalahan dalam pemasaran hasil padi yang sudah diproses menjadi beras. Permasalahan yang ditemui pada petani yaitu terbatasnya informasi harga padi yang sudah menjadi beras. Selain permasalahan tersebut, pembayaran menunggak yang dilakukan oleh pedagang tengkulak masih ditemui pada petani di Kecamatan Sunggal. Adapun margin pemasaran (*marketing margin*) yang paling besar diperoleh oleh penggilingan padi (34,37%), pedagang pengepul (10,29%), pedagang tengkulak (8,50%) dan pedagang pengecer (7,52%). Berdasarkan perhitungan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), pemilik penggilingan padi yang memproses gabah hingga menjadi beras sekaligus menjualnya memperoleh keuntungan sebesar Rp.15,-/kilogram beras. Pedagang tengkulak yang tidak mengubah gabah kering giling (GKG) memperoleh margin keuntungan sebesar Rp.50,-/kilogram. Pedagang perantara dan pengepul memperoleh margin keuntungan sebesar Rp.10,-/kilogram serta pedagang pengecer sebesar Rp.25,-/kilogram beras.

Daftar Pustaka

- Agustian, Adang dan Iwan Setiadjie. 2008. *Analisis Perkembangan Harga dan Rantai Pemasaran Cabai Merah di Jawa Barat*. Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian.
- Anindita, R. 2003. *Dasar – dasar Pemasaran Hasil Pertanian*. Malang : Universitas Brawijaya.
- Arifin, Bustanul. 2007. *Disparitas Harga Gabah dan Harga Beras*. Jakarta : Unisosdem, UNILA.
- Ariwibowo, Agus. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran Komoditas Padi dan Beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati*. Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- Aroning, R., 2008. *Analisis Saluran dan Hasil Margin Pemasaran Kakao di Desa Timbuseng, Kecamatan Pattalasang, Kabupaten Gowa*. <http://www.deptan.go.id>. Diakses pada tanggal 26 Desember 2023
- Astawan, 2004. *Budidaya Padi*. <http://web.php.html>. Diakses pada tanggal 26 Desember 2023.

- Badan Pusat Statistik. 2021. *Kecamatan Sunggal dalam Angka*.
- Balai Pengembangan Mekanisasi Pertanian. 2021. *Pengembangan Revitalisasi Penggilingan Padi*. Ditjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian.
- Basu, Swasta dan Irawan. 1998. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Bulog. 2012. *Kebijakan Pengadaan Gabah dan Beras*. Jakarta : Intruksi Presiden Nomor 3.
- Departemen Pertanian RI. 2007. *Pedoman Pembinaan Kelembagaan Petani*. Jakarta : Departemen Pertanian RI
- Ekasari dkk, 2007. *Analisis Margin Pemasaran Telur Itik di Kelurahan Borongloe Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa*. <http://www.deptan.go.id>. Diakses pada tanggal 26 Desember 2023
- Al-Ghazali. 1998. *Manusia Menurut Al-Ghazali* terj. oleh M.Yasir Nasution, Jakarta : Rajawali Pers.
- Istiyanti, Eni. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. *Mapeta*, 12(2): 116-124.
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Damos Sihombing dan Wisnu Chandra Kristiaji. Jakarta : Erlangga.
- Lakasana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Mardianto, Sudi, Yana Supriatna, dan Nur K. Agustin. 2005. *Dinamika Pola Pemasaran Gabah dan Beras di Indonesia*. Bogor : Forum Penelitian Agro Ekonomi, Vol 23, No. 2.
- Margono, 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Martodireso, S dan Suryanto, AW. 2002. *Agribisnis Kemitraan*. Yogyakarta : Usaha Bersama
- Mears, L. 1982. *Era Baru Ekonomi Perberasan Indonesia*. UGM Press. Yogyakarta
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta : LPES.
- Natawidjaja, R.S. 2001. *Dinamika Pasar Beras Domestik*. Dalam A Suryana dan S. Maerdianto (Ed). *Bunga Rampai Ekonomi Beras*. LPEM – FEUI. Jakarta.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*, Cetakan Kelima. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Sobirin. 2009. Efisiensi Pemasaran Pepaya di Kecamatan Subang Kabupaten Banyumas. <http://www.deptan.go.id>. Diakses pada tanggal 26 Desember 2015
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi*. Bandung : CV Rajawali.
- Subandriyo, Toto. 2010. *Pasang Surut Kesejahteraan Petani*. Suara Merdeka. Edisi Cetak. 21 Januari.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang : Universitas Muhamadyah Malang.

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriatna, Ade. 2003. Analisis Sistem Pemasaran Gabah dan Beras (Studi Kasus Petani Padi di Sumatera Utara). Bogor : Puslitbang Sosek Pertanian.
- Surono, S. 1999. Arah Kebijakan Perberasan Nasional di Masa Mendatang. Makalah pada Seminar *Future Direction of Indonesia Rice Policy* di Jakarta, 09 Maret 1999. Biro Perencanaan Departemen Pertanian, Jakarta.
- Sutarno. 2014. Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri. *e- Journal Agrineca*. 14 (1): 1-10
- Syahza, Almasdi. 2003. Paradigma Baru: Pemasaran Produk Pertanian Berbasis Agribisnis. Jakarta: Jurnal Ekonomi, TH.VIII/01/Juli, PPD&I Fakultas Ekonomi Tarumanegara
- Umar, Husein. 2005. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Pamungkas, Septian Bagas. 2013. Analisis Rantai Distribusi Komoditas Ikan Tangkap Perikanan Laut di Kota Tegal. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Pearce dan Robinson. 2011. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rahayu, Endang. 2009. Mereposisi Peran Pemasaran Pertanian dalam Revitalisasi Pertanian. Surakarta: Universitas Negeri Surakarta.
- Saifullah, A.. 2001. *Peran Bulog dalam Kebijakan Perberasan Nasional*. Dalam A. Suryana dan S. Mardianto (Ed). Bunga Rampai Ekonomi Beras. LPEM – FEUI. Jakarta
- Sidik, M. dan S. Purnomo. 1981. Peningkatan Pendapatan Petani di Kabupaten Karawang, Jawa Barat Melalui Identifikasi Saluran Pemasaran. *Majalah Pangan*, No. 10 Vol. III, Oktober. Bulog. Jakarta.