

ANALISIS PEMASARAN BERAS DI KABUPATEN SOPPENG (TINJAUAN STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR)



AULIA

GO21201112



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

**ANALISIS PEMASARAN BERAS DI KABUPATEN SOPPENG
(TINJAUAN STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR)**

**AULIA
G021201112**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**ANALISIS PEMASARAN BERAS DI KABUPATEN SOPPENG
(TINJAUAN STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR)**

AULIA

G021201112

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

pada

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024

SKRIPSI
ANALISIS PEMASARAN BERAS DI KABUPATEN SOPPENG
(TINJAUAN STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR)

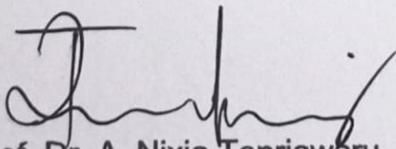
AULIA
G021201112

Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi Agribisnis
pada tanggal 08 Agustus 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
kelulusan
pada

Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:
Pembimbing tugas akhir,



Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
NIP. 19721107 199702 2 001



Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.
NIP. 19661219 199303 2 001

Mengetahui:

Ketua Program Studi,



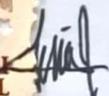
Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
NIP. 19721107 199702 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng (Tinjauan Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar)" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si. sebagai Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Heliawaty, M.Si. sebagai Pembimbing Pendamping. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku. Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar 08 Agustus 2024




AULIA

GU21201112

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Rabbil 'Aalamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan dan teladan umat manusia, Baginda Rasulullah SAW, beserta para keluarga dan sahabat yang senantiasa membawa kebaikan.

Melalui kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu semasa penulis berjuang menuntut ilmu di perguruan tinggi dan semua pihak yang membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Penelitian ini dapat terlaksana dengan sukses dan dapat dirampungkan atas bimbingan, diskusi dan arahan dari Ibu **Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.** sebagai Pembimbing Utama dan Ibu **Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.** sebagai Pembimbing Pendamping sekaligus Pembimbing Akademik. Penulis mengucapkan terima kasih dan memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang membuat kecewa, baik saat perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak **Prof. Dr. Ir. Muslim Salam, M.Ec.** selaku Penguji Pertama dan Ibu **Ni Made Viantika S., S.P., M.Agb.** selaku Penguji Kedua yang telah memberikan masukan dan arahan dalam perbaikan skripsi. Penulis memohon maaf atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan selama ini, baik saat perkuliahan maupun pada saat penyusunan skripsi ini. Penghargaan yang tinggi juga penulis sampaikan kepada para **responden** baik petani maupun lembaga pemasaran beras di Kabupaten Soppeng yang telah memerikan kesempatan dan keramahan kepada penulis dalam mengumpulkan data guna penyelesaian skripsi ini. Terimakasih penulis haturkan karena telah banyak membantu penulis selama proses penelitian.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang teramat mendalam serta penghargaan setinggi-tingginya kepada **Ayahanda Nurdin** dan **Ibunda Sanatang**. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tak henti-hentinya di berikan kepada penulis. Memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan, dan doa yang selalu mengiringi setiap langkah penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih sudah berjuang untuk penulis, membesarkan dan mendidik penulis hingga mendapatkan gelar sarjana pertanian, semoga Allah SWT senantiiasa menjaga kalian sampai melihat penulis berhasil dalam menggapai cita-cita. Terima kasih juga kepada adikku **Ufiana** dan nenek **Nahu**, serta seluruh seluruh anggota keluarga lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang senantiasa mendukung dan menantikan kelulusan penulis sehingga penulis terdorong untuk terus mengerjakan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kendala yang saya sebagai penulis hadapi mulai dari proses seminar proposal hingga proses penyelesaian skripsi ini. Namun dengan tekad yang kuat disertai berbagai usaha dan kerja keras sehingga skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hari penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.** dan Bapak **Ir. Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.** selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi

Pertanian yang telah banyak memberikan pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan perkuliahan di Universitas Hasanuddin.

2. **Bapak dan Ibu dosen**, khususnya **Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian**, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.
3. Seluruh **Staf Departemen Sosial Ekonomi Pertanian** terkhusus Pak Rusli dan Ibu Ima yang telah membantu penulis dalam proses administrasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Ibu **Amirah** selaku penyuluh Kecamatan Liliriaja. Terima kasih atas waktu dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam melakukan penelitian. Mohon maaf yang sebesar-besarnya penulis haturkan jika terdapat perilaku ataupun perkataan yang kurang berkenan.
5. Kepada **Irma** dan **Lisa** terima kasih telah menjadi sahabat penulis. Terkhusus kepada Irma dan mamanya terima kasih atas bantuan yang diberikan mulai dari penyusunan proposal sampai menemani penulis di lokasi penelitian. Terima kasih karena selalu menjawab pertanyaan penulis terkait data penggilingan maupun data lainnya yang penulis butuhkan. Semoga kita tetap bisa menjadi teman yang selalu membagikan momen-momen yang penting dalam kehidupan masing-masing.
6. Kepada **Dina** dan **Kiki** terima kasih penulis haturkan telah menjadi sahabat yang telah sabar mendengar keluh kesah serta suka cita penulis semasa perkuliahan. Semoga kita tetap saling mengingat satu sama lain di kehidupan kita selanjutnya.
7. Kepada **Mastan**, **Dhea**, **Mita**, dan **Khadijah** selaku teman bimbingan dan teman diskusi yang menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas bantuan dan masukannya, semoga kita bisa menggapai tujuan baik kita dimasa yang akan datang.
8. **Keluarga Besar Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Angkatan 2020 (20FSAGON)** yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, motivasi, saran, serta kerjasama yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Agribisnis. Terima kasih atas canda tawa, kebersamaan, perjuangan dan kekeluargaan yang diberikan kepada penulis.
9. **Keluarga Besar Pertukaran Mahasiswa Merdeka 2 IPB University** yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih penulis haturkan karena telah bagian dari cerita perjuangan yang dapat dikenang penulis saat menjadi mahasiswa satu semester di Bogor. Semoga kalian semua diberi kesuksesan dan kesehatan.

Demikianlah, segala pihak telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan kita kebahagiaan dunia maupun akhirat kelak. Aamiin.

Makassar, 08 Agustus 2024

Penulis

ABSTRAK

AULIA. **Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng (Tinjauan Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar)** dibimbing oleh Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si. dan Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.

Latar Belakang. Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah penghasil beras di Sulawesi Selatan. Sebagian besar masyarakatnya menjadikan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian karena didukung oleh ketersediaan lahan, teknologi, serta dukungan kebijakan pemerintah. Dalam memasarkan beras, harga yang diterima oleh petani dan harga yang diterima oleh konsumen tentu berbeda. Hal ini dikarenakan petani hanya menjual gabah kering panen (GKP) kepada penggiling maupun pedagang pengumpul, kemudian gabah akan diolah dengan penggilingan sehingga menjadi beras. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar beras di Kabupaten Soppeng. **Metode.** Analisis struktur pasar dilakukan secara kuantitatif untuk mengetahui derajat konsentrasi pasar dengan menghitung pangsa pasar, konsentrasasi rasio, Indeks Hirschman-Herfindhal, serta secara deskriptif dengan melihat hambatan keluar masuk pasar dan informasi atau pengetahuan pasar. Perilaku pasar dianalisis secara deskriptif dari praktik penetapan harga, fungsi pemasaran, dan kerjasama antar lembaga pemasaran. Kinerja pasar secara kuantitatif berupa margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan dan biaya. **Hasil.** Struktur pasar beras di Kabupaten Soppeng mengarah pada pasar oligopoli. Pada perilaku pasar, harga beras ditetapkan oleh lembaga pemasaran yang paling dominan dan masing-masing lembaga pemasaran melakukan fungsi pemasaran, serta terjalin kerjasama antar lembaga pemasaran. Pada kinerja pasar dapat dilihat saluran pemasaran 3 dan 5 merupakan saluran yang efisien karena saluran pemasaran 5 memiliki margin paling kecil yaitu 14,79% dan nilai *farmer's share* paling besar yaitu 85,29%. Adapun, saluran pemasaran 3 memiliki nilai rasio keuntungan dan biaya yang paling tinggi yaitu 1,39.

Kata kunci: Pemasaran beras, struktur pasar, perilaku pasar, kinerja pasar, oligopoli

ABSTRACT

AULIA. **Analysis of Rice Marketing in Soppeng Regency (Review of Market Structure, Behavior and Performance)** supervised by Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si. and Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.

Background. Soppeng Regency is one of the rice producing areas in South Sulawesi. Most of the people make the agricultural sector as a source of livelihood because it is supported by the availability of land, technology, and government policy support. In marketing rice, the price received by farmers and the price received by consumers are certainly different. This is because farmers only sell harvested dry grain (GKP) to millers and collecting traders, then the grain will be processed in milling so that it becomes rice.

Aim. This study aims to analyze the structure, behavior, and performance of the rice market in Soppeng Regency. **Method.** Market structure analysis is carried out quantitatively to determine the degree of market concentration by calculating market share, concentration ratio, Hirschman-Herfindhal Index, and descriptively by looking at barriers in and out of the market and market information or knowledge. Market behavior is analyzed descriptively from pricing practices, marketing functions, and cooperation among marketing agencies. Market performance is quantitative in the form of marketing margins, *farmer's share*, and profit and cost ratios. **Result.** The structure of the rice market in Soppeng Regency leads to an oligopoly market. In market behavior, the price of rice is set by the most dominant marketing institution and each marketing institution performs a marketing function, and cooperation between marketing institutions is established. In terms of market performance, it can be seen that marketing channels 3 and 5 are efficient channels because marketing channel 5 has the smallest margin of 14.79% and the largest farmer's share value of 85.29%. Meanwhile, marketing channel 3 has the highest profit-to-cost ratio value of 1.39.

Keywords: Rice marketing, market structure, market conduct, market performance, oligopoly

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Manfaat	4
BAB II METODE PENELITIAN	5
2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	5
2.2. Metode Penentuan Sampel.....	5
2.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	5
2.4. Metode Analisis Data	5
2.4.1. Analisis Saluran Pemasaran	6
2.4.2. Analisis Struktur Pasar	6
2.4.3. Analisis Perilaku Pasar.....	8
2.4.4. Analisis Kinerja Pasar	8
2.5. Kerangka Pemikiran	9
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	10
3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	10
3.2. Karakteristik Responden	10
3.2.1. Karakteristik Responden Petani.....	11
3.2.2. Karakteristik Responden Pedagang.....	13
3.3. Saluran Pemasaran.....	15
3.4. Struktur Pasar	18
3.4.1. Konsentrasi Pasar	18
3.4.2. Hambatan Keluar Masuk Pasar	20

3.4.3. Informasi atau Pengetahuan Pasar.....	22
3.5. Perilaku Pasar	22
3.5.1. Praktik Penetapan Harga	23
3.5.2. Fungsi Pemasaran	24
3.5.3. Kerjasama antar Lembaga Pemasaran	26
3.6. Kinerja Pasar	27
3.6.1. Margin pemasaran	27
3.6.2. <i>Farmer's share</i>	28
3.6.3. Rasio Keuntungan dan Biaya.....	29
BAB IV KESIMPULAN	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	36

DAFTAR TABEL

Nomor Urut	Halaman
1. Produksi dan Konsumsi Beras di Kabupaten Soppeng Tahun 2018-2022.....	3
2. Persentase Responden Petani Berdasarkan Umur	11
3. Persentase Responden Petani Berdasarkan Jenis Kelamin.....	11
4. Persentase Responden Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	12
5. Persentase Responden Petani Berdasarkan Pengalaman Bekerja.....	12
6. Persentase Responden Petani Berdasarkan Luas Lahan	13
7. Persentase Responden Pedagang Berdasarkan Umur	13
8. Persentase Responden Pedagang Berdasarkan Jenis Kelamin	14
9. Persentase Responden Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	14
10. Persentase Responden Pedagang Berdasarkan Pengalaman Bekerja	14
11. Jumlah Pelaku Pasar Berdasarkan Saluran Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng	17
12. Konsentrasi Pasar pada Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng	18
13. Fungsi Pemasaran dalam Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng.....	24
14. Margin Pemasaran Berdasarkan Saluran Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng	27
15. Farmer's share Berdasarkan Saluran Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng	29
16. Rasio Keuntungan dan Biaya Berdasarkan Saluran Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng.....	30

DAFTAR GAMBAR

Nomor Urut	Halaman
1. Harga Beras Medium di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2019-2021	1
2. Harga Beras Premium di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2019-2021	1
3. Kerangka Pemikiran Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng (Tinjauan Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar)	9
4. Peta Kabupaten Soppeng	10
5. Saluran Pemasaran 1	15
6. Saluran Pemasaran 2	15
7. Saluran Pemasaran 3	16
8. Saluran Pemasaran 4	16
9. Saluran Pemasaran 5	16

DAFTAR LAMPIRAN

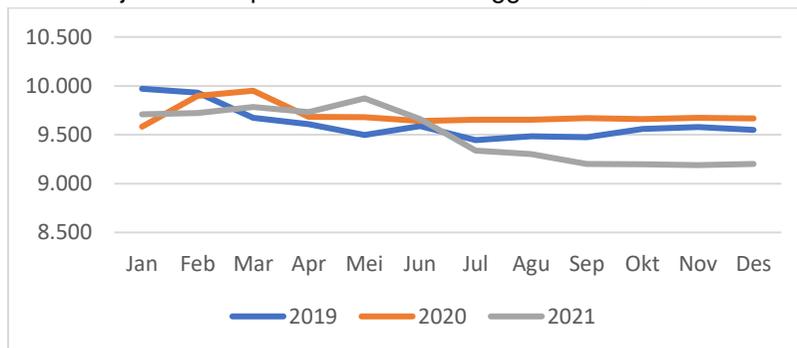
Nomor Urut	Halaman
1. Kuesioner Petani	36
2. Kuesioner Lembaga Pemasaran	40
3. Identitas Responden Petani	44
4. Identitas Responden Pedagang Pengumpul	44
5. Identitas Responden Penggiling	44
6. Identitas Responden Pedagang Besar	45
7. Identitas Responden Pedagang Pengecer	45
8. Perhitungan Konsentrasi Pasar Pedagang Pengumpul	45
9. Perhitungan Konsentrasi Pasar Penggiling	45
10. Perhitungan Konsentrasi Pasar Pedagang Besar	46
11. Perhitungan Konsentrasi Pasar Pedagang Pengecer	46
12. Rekapitulasi Margin Pemasaran	47
13. Rekapitulasi Rasio Keuntungan dan Biaya	48
14. Dokumentasi	50

BAB I PENDAHULUAN

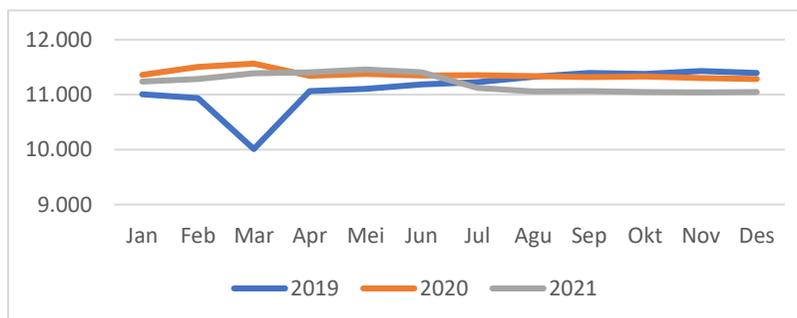
1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara tropis yang mempunyai potensi sumber daya pertanian yang besar dan memiliki plasma nutfah yang melimpah (*Megabiodiversity*) terbesar kedua setelah Brazil (A. Saputra, 2021; Setiawan, 2022). Hal inilah yang menjadikan keanekaragaman hayati di Indonesia sebagai aset jangka panjang yang harus dipertahankan untuk kesejahteraan bangsa salah satunya sektor pertanian. Sektor pertanian memiliki kecenderungan menjadi salah satu sektor basis ekonomi di beberapa provinsi di Indonesia. Sektor pertanian mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional bagi negara berkembang (Hidayah *et al.*, 2022; Isbah & Iyan, 2016). Kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) cukup besar yaitu sekitar 12,91 persen pada tahun 2022 atau merupakan urutan ketiga setelah sektor industri dan sektor pertambangan (Badan Pusat Statistik, 2022).

Tanaman padi merupakan komoditas pertanian yang sangat penting di seluruh dunia. Di Indonesia, beras yang diperoleh dari tanaman padi (gabah) diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat setiap tahunnya seiring pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat (Mudiyono & Wasino, 2015). Berdasarkan data Kementerian Pertanian (2022) tingkat konsumsi beras di Indonesia sebesar 93,9 per kilogram per kapita per tahun. Provinsi Sulawesi Selatan menempati urutan keempat setelah Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat, dan Jawa Tengah sebagai daerah penghasil beras terbesar di Indonesia dan menjadi sentra produksi beras tertinggi di Pulau Sulawesi.



Gambar 1. Harga Beras Medium di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2019-2021



Gambar 2. Harga Beras Premium di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2019-2021

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan (2022) produksi beras pada tahun 2019 sampai tahun 2021 di Provinsi Sulawesi Selatan mengalami fluktuasi sehingga mengakibatkan terjadinya perubahan harga beras. Harga beras medium di Provinsi Sulawesi Selatan tahun 2019 hingga tahun 2021 memiliki *range* yang lebih lebar. Harga beras medium terpantau memiliki harga yang lebih tinggi pada semester pertama dibandingkan semester kedua pada setiap tahunnya (Gambar 1). Harga tertinggi beras medium pada tahun 2019 terjadi pada bulan Januari kemudian terus menurun pada bulan-bulan berikutnya. Berbeda dengan harga beras medium, harga beras premium di Provinsi Sulawesi Selatan memiliki *range* yang lebih kecil dibandingkan harga beras medium (Gambar 2). Oleh karena itu, harga beras premium cenderung lebih stabil dari bulan ke bulan, kecuali pada bulan Maret 2019 harga beras premium mengalami penurunan yang signifikan. Harga beras premium selalu berada di atas sepuluh ribu rupiah karena memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan beras medium dan konsumen beras premium biasanya berasal dari kalangan menengah ke atas.

Harga yang diterima oleh petani dan harga yang diterima oleh konsumen tentunya berbeda dalam memasarkan beras. Harga beras yang sampai ke tangan konsumen merupakan harga yang terbentuk setelah melalui beberapa lembaga pemasaran. Hal ini dikarenakan petani hanya menjual gabah kering panen (GKP) kepada penggiling maupun pedagang pengumpul, kemudian gabah akan diolah pada lembaga pemasaran lainnya (penggiling) sehingga menciptakan produk yang memiliki nilai (beras). Proses distribusi beras membutuhkan bantuan beberapa pihak agar kegiatan penyampaian produk berjalan lancar seperti bantuan pedagang pengumpul, penggiling, pedagang besar, pengecer dan pihak lain yang berperan dalam kegiatan pemasaran beras. Peranan setiap lembaga pemasaran ini akan meningkatkan harga beras karena adanya biaya pemasaran yang ditanggung oleh setiap lembaga yang berperan (Suminartika *et al.*, 2020). Biaya pemasaran ini akan dibebankan kepada konsumen dengan cara menaikkan harga jual atau dibebankan kepada produsen dengan cara memperkecil bagian yang diterima dari harga yang dibayarkan konsumen.

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah penghasil beras di Sulawesi Selatan. Hampir sebagian besar masyarakatnya menjadikan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian karena didukung oleh ketersediaan lahan dan teknologi serta dukungan kebijakan pemerintah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Soppeng (2023) realisasi luas panen padi pada tahun 2022 di Kabupaten Soppeng sebesar 51.076 hektar atau mengalami peningkatan sekitar 3.610 hektar (7,61 persen). Pada Tabel 1, dapat dilihat jika gabah kering giling dikonversikan menjadi beras untuk konsumsi pangan penduduk melalui survei konversi gabah ke beras (SKGB), produksi padi pada tahun 2022 setara dengan 167.675 ton beras atau mengalami peningkatan sebesar 13.229 ton (8,57 persen) dibandingkan tahun 2021 yang sebesar 154.446 ton. Sedangkan konsumsi beras di Kabupaten Soppeng tahun 2022 sebesar 24.986 ton atau sekitar 14,90 persen dari produksi beras ditahun tersebut. Konsumsi beras tertinggi di Kabupaten Soppeng terjadi pada tahun 2021 yakni mencapai 25.045 ton.

Tabel 1. Produksi dan Konsumsi Beras di Kabupaten Soppeng Tahun 2018-2022

Tahun	Produksi (ton)	Konsumsi (ton)
2018	169.938	24.801
2019	152.579	24.343
2020	158.024	24.870
2021	154.446	25.045
2022	167.675	24.986

Sumber: Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan (2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Fikri (2015) memperlihatkan bahwa pemasaran beras yang ada di Kabupaten Soppeng memiliki 3 saluran pemasaran sehingga membuat harga beras disetiap lembaga pemasaran berbeda-beda. Saluran pemasaran merupakan gabungan beberapa organisasi yang saling terhubung dalam rangka menyalurkan barang kepada konsumen, yang tercangkup dalam pembuatan barang produk serta jasa yang ada untuk dikonsumsi konsumen (Nurhayati *et al.*, 2020). Dalam pelaksanaannya, produsen dapat memilih untuk langsung menjual produknya kepada konsumen atau melalui perantara lembaga pemasaran untuk menyalurkan produknya kepada konsumen akhir. Pada pemasaran produk pertanian, semakin pendek rantai pemasaran dapat mengakibatkan biaya pemasaran semakin rendah, margin pemasaran juga akan semakin rendah, dan harga yang harus dibayarkan konsumen juga semakin rendah serta harga yang diterima produsen akan semakin tinggi, sehingga saluran pemasaran tersebut juga semakin efisien (Sucahyo *et al.*, 2023). Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar perbedaan harga yang akan diterima oleh petani dengan konsumen.

Salah satu sentra produksi beras di Kabupaten Soppeng yaitu Kecamatan Liliriaja. Produk beras yang terkenal di Kabupaten Soppeng berasal dari Desa Pattojo, Kecamatan Liliriaja. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti diperoleh informasi bahwa beras yang berasal dari Desa Pattojo memiliki karakteristik aroma yang khas, tidak mudah patah, dan tekstur yang lembut sehingga banyak dicari oleh masyarakat di Kabupaten Soppeng. Selain itu, di kecamatan ini juga terdapat beberapa penggilingan yang memproduksi beras untuk dipasarkan baik di dalam maupun di luar kota.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan analisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar dalam menggambarkan kondisi pemasaran beras. Hal ini dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara seluruh kegiatan pemasaran beras di Kabupaten Soppeng mulai dari petani panen hingga sampai ke tangan konsumen. Struktur pasar adalah karakteristik pasar yang mempunyai sifat kompetisi dan penentuan harga di pasar. Analisis ekonomi membedakan struktur pasar menjadi empat kategori yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik (Sirat *et al.*, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Saputra (2020) dapat diketahui bahwa struktur pasar padi yang ada di Kecamatan Kubu mengarah pada pasar oligopsoni yang dapat dilihat dari jumlah produsen relatif lebih banyak dari pada jumlah pembeli, terdapatnya hambatan untuk masuk ke pasar, posisi tawar petani lemah, nilai rata-rata *market share* dan nilai konsentrasi rasio dari 3 lembaga pemasaran tidak ada yang melebihi dari 95%, dan indeks Hirschman-Herfindahl dari 3 lembaga pemasaran lebih besar dari 0 dan lebih kecil

dari 1. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Anggraini *et al.* (2018) yang menganalisis struktur pasar beras di Kabupaten Bondowoso untuk mengetahui persaingan dan posisi usaha dalam proses pemasaran beras.

Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku lembaga pemasaran (petani atau produsen, pedagang, dan konsumen) dalam menghadapi struktur pasar (Kesuma *et al.*, 2016). Perilaku pasar dapat diketahui melalui pengamatan terhadap sistem penentuan harga dan pembayaran, fungsi-fungsi pemasaran, dan kerjasama antar lembaga pemasaran. Perilaku pasar dalam penelitian Purnama (2021) memperlihatkan bahwa kesepakatan jual beli beras di Kecamatan Mattirosompe Kabupaten Pinrang dikuasai oleh pedagang besar. Hal ini dikarenakan pedagang besar cenderung mengatur harga beras yang akan dijual dan memiliki akses informasi paling banyak diantara lembaga pemasaran lainnya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayati & Zuhriyah (2020) dimana petani yang menentukan harga beras organik di Desa Sumbergepoh berdasarkan pengalaman berusaha tani, tetapi pedagang juga dapat melakukan negosiasi harga dengan petani jika pembelian dalam jumlah yang banyak.

Kinerja pasar adalah indikator kritis dalam aktivitas pemasaran yang dilihat dari harga, biaya, dan volume produksi yang pada akhirnya akan memberikan penilaian baik atau tidaknya suatu sistem pemasaran (Sunyoto, 2019). Dalam penelitian Oksalia (2023) kinerja pasar beras di Kecamatan Muara Telang, Kabupaten Banyuwasin diperoleh margin pemasaran terendah pada saluran pemasaran 2 (petani-penggilingan-pengecer-konsumen) yaitu sebesar Rp 2.500, nilai *farmer's share* yang tinggi sebesar 75%, serta memiliki nilai rasio keuntungan biaya tertinggi sebesar 1,26. Artinya setiap Rp 1 yang dikeluarkan lembaga pemasaran akan memberikan keuntungan sebesar Rp 1.26. Analisis kinerja pasar dapat memberikan gambaran kondisi usaha apakah saluran pemasaran yang digunakan efisien atau tidak untuk mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal. Kinerja pasar sebagai hasil keputusan akhir dalam proses tawar-menawar dan persaingan harga, memberikan gambaran tentang sejauh mana pengaruh struktur dan perilaku pasar dalam pemasaran suatu barang atau jasa.

Berdasarkan pemaparan informasi dan beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng (Tinjauan Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar)".

1.2. Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar beras di Kabupaten Soppeng.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai informasi untuk mengetahui saluran, struktur, perilaku, dan kinerja pasar beras di Kabupaten Soppeng.
2. Sebagai informasi dan bahan pengembangan bagi petani, lembaga pemasaran, maupun instansi lainnya dalam merancang strategi maupun kebijakan mengenai pemasaran beras.
3. Sebagai tambahan wawasan bagi penulis, pembaca, dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lain yang berkenaan dengan saluran, struktur, perilaku, dan kinerja pasar.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Liliriaja, Kabupaten Soppeng. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan Kecamatan Liliriaja merupakan salah satu daerah penghasil beras di Kabupaten Soppeng. Selain itu, di Kecamatan Liliriaja juga terdapat beberapa penggilingan yang memproduksi beras untuk dipasarkan baik di dalam maupun di luar kota. Adapun pengumpulan data di lapangan dilakukan pada bulan Maret-April 2024.

2.2. Metode Penentuan Sampel

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku pasar yang terlibat dalam pemasaran padi atau gabah dan beras di Kabupaten Soppeng. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *snowball sampling*, dimana suatu lembaga pemasaran yang dipilih berdasarkan rekomendasi atau petunjuk dari responden sebelumnya. Adapun responden yang menjadi titik awal (*starting point*) dalam penelitian ini adalah penggilingan besar yang ada di Kecamatan Liliriaja selaku lembaga yang mengolah padi menjadi beras yang siap untuk dikonsumsi. Jadi, para pelaku pemasaran beras yang menjadi responden dalam penelitian ini terdiri dari 6 penggiling beras, 17 petani, 5 pedagang pengumpul, 5 pedagang besar, dan 10 pedagang pengecer. Secara keseluruhan jumlah responden dari penelitian ini yaitu 43 orang.

2.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini berguna untuk menggali informasi dari para responden maupun pihak-pihak terkait untuk mengetahui struktur, perilaku, dan kinerja pasar beras di Kabupaten Soppeng. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber datanya. Beberapa teknik pengumpulan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (*focus group discussion*, FGD), dan penyebaran kuesioner (Otok & Ratnaningsih, 2016). Pada penelitian ini, peneliti turun secara langsung ke lokasi untuk melakukan observasi, wawancara, serta dokumentasi terhadap petani dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan beras di Kabupaten Soppeng. Pengumpulan informasi diawali dengan melakukan *interview* kepada *key informant* untuk menjawab sejumlah pertanyaan terkait masalah penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan sumber data lainnya.

2.4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis secara deskriptif dan kuantitatif dengan tinjauan struktur, perilaku, dan kinerja pasar. Analisis deskriptif adalah

metode yang bertujuan untuk memberikan deskripsi, penjelasan, juga validasi mengenai fenomena yang tengah diteliti (Ramdhan, 2021). Sedangkan, analisis secara kuantitatif merupakan investigasi sistematis yang dapat diukur menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi.

2.4.1. Analisis Saluran Pemasaran

Analisis saluran pemasaran menggunakan analisis deskriptif dilakukan dengan mengidentifikasi rute distribusi pemasaran beras yang ada di lapangan sehingga dapat mengetahui proses penyampaian produk dari lembaga pemasaran. Saluran pemasaran juga merupakan suatu sistem penyampaian produk yang dihasilkan oleh petani atau produsen agar sampai kepada konsumen. Saluran pemasaran ada yang berbentuk sederhana dan rumit. Hal ini tergantung dari macam komoditi, lembaga pemasaran dan struktur pasar (Arbi *et al.*, 2018).

2.4.2. Analisis Struktur Pasar

Analisis struktur pasar dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif untuk mengetahui derajat konsentrasi pasar dengan menghitung pangsa pasar, *concentration ratio for biggest four* (CR₄), dan nilai indeks Hirschman-Herfindhal. Selain itu, analisis struktur pasar juga dapat dilakukan secara deskriptif yaitu dengan melihat hambatan keluar masuk pasar dan informasi atau pengetahuan pasar.

1. Pangsa pasar

Pangsa pasar merupakan persentase bagian pasar yang dikuasai oleh suatu lembaga pemasaran. Adapun cara perhitungan pangsa pasar sebagai berikut.

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{tot}} \times 100\%$$

Keterangan:

MS_i = Pangsa pasar pedagang ke-i (%)

S_i = Penjualan pedagang ke-i (kg/hari)

S_{tot} = Penjualan total seluruh pedagang (kg/hari)

Struktur pasar berdasarkan tingkat persaingan yang diindikasikan oleh penguasaan pangsa pasar sebagai berikut (Jaya, 2023):

- a. Monopoli murni, apabila suatu produsen menguasai 100% dari pangsa pasar.
- b. Perusahaan dominan, apabila suatu produsen menguasai 50%-100% dari pangsa pasar dan tanpa pesaing yang kuat.
- c. Oligopoli ketat, apabila penggabungan 4 perusahaan terkemuka memiliki lebih dari 60% dari pangsa pasar. Kesepakatan untuk menetapkan harga relatif mudah.
- d. Oligopoli longgar, apabila penggabungan 4 perusahaan terkemuka memiliki 40% atau kurang dari 60% pangsa pasar. Kesepakatan untuk menetapkan harga hampir tidak mungkin terjadi.
- e. Persaingan monopolistik, apabila banyak pesaing yang efektif tetapi tidak satupun yang memiliki lebih dari 10% pangsa pasar.
- f. Persaingan sempurna, apabila memiliki lebih dari 50 pesaing tetapi tidak satupun yang memiliki pangsa pasar yang besar.

2. Concentration ratio for biggest four (CR₄)

Alat analisis CR₄ digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi empat produsen terbesar dari suatu wilayah pasar. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur CR₄ sebagai berikut.

$$CR_4 = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + S_4}{S_T} \times 100\%$$

Keterangan:

CR₄ = Concentration ratio for the biggest four

S_{1/2/3/4} = Pangsa pasar pedagang ke-1/2/3/4

S_T = Total pembelian seluruh pedagang

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Apabila CR₄ < 40% maka struktur pasar bersifat pasar persaingan sempurna.
 - Apabila 40% ≤ CR₄ ≤ 80% maka struktur pasar bersifat pasar oligopoli. Jika nilai CR₄ diantara 60-80% disebut oligopoli ketat, sedangkan jika nilai CR₄ berkisar antara 40%-60% disebut oligopoli longgar.
 - Apabila CR₄ > 80% maka struktur pasar cenderung pasar monopoli.
- ### 3. Indeks Hirschman-Herfindahl (IHH)

Indeks Hirschman-Herfindahl (IHH) adalah jumlah total kuadrat pangsa pembelian dari perusahaan yang berada dalam suatu pasar. Rumus perhitungan IHH sebagai berikut:

$$IHH = (Kr_1)^2 + (Kr_2)^2 + \dots + (Kr_n)^2$$

Keterangan:

IHH = Indeks Hirschman-Herfindahl

n = Jumlah pedagang di suatu wilayah

Kr = Pangsa pembelian dari pedagang ke-i (i=1,2,3,...,n)

Kriteria pengambilan keputusan dari nilai Indeks Hirschman-Herfindahl sebagai berikut (Hutomo, 2018):

- Jika nilai IHH = 1 maka struktur pasar mengarah pada pasar monopoli.
 - Jika nilai IHH = 0 maka struktur pasar mengarah pada pasar persaingan sempurna.
 - Jika nilai 0 < IHH < 1 maka struktur pasar mengarah pada pasar oligopoli.
- ### 4. Hambatan keluar masuk pasar

Struktur pasar juga dapat dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan fenomena yang diperoleh di lapangan seperti hambatan keluar masuk pasar. Hal ini dapat dilihat dari modal, kontrak antara penjual dan pembeli, dan pesaing potensial (Hutomo, 2018).

5. Informasi atau pengetahuan pasar

Analisis deskriptif juga dilakukan untuk mengetahui informasi atau pengetahuan pasar yang dapat dilihat dari lokasi produsen, teknologi, harga beras yang ditawarkan, permintaan, dan lokasi pemasaran (Anggraeni & Baladina, 2017). Informasi yang didapat seseorang menjadi pengetahuan yang akan mempengaruhi tindakannya dalam melakukan sesuatu.

2.4.3. Analisis Perilaku Pasar

Perilaku pasar dianalisis secara deskriptif dengan melihat aktivitas praktik penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang, fungsi pemasaran, dan kerjasama antar lembaga pemasaran beras di Kabupaten Soppeng.

1. Praktik penetapan harga

Penetapan harga beras dapat dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan fenomena yang diperoleh di lapangan setelah melakukan wawancara secara langsung terkait sistem penetapan harga dari masing-masing lembaga pemasaran. Hal ini dapat dilihat dari kesepakatan harga antar penjual dan pembeli dari proses tawar-menawar, margin keuntungan, atau kebijakan pasar (Septya *et al.*, 2018)

2. Fungsi pemasaran

Fungsi pemasaran beras dianalisis secara deskriptif dengan melihat bagaimana masing-masing lembaga pemasaran melakukan aktivitas pemasaran. Terdapat tiga kategori umum fungsi pemasaran yang menggambarkan proses atau kegiatan yang terjadi dalam pemasaran antara lain fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas (Anindita & Baladina, 2017).

3. Kerjasama antar lembaga pemasaran

Kerjasama antar lembaga pemasaran dianalisis secara deskriptif dengan melihat interaksi diantara pelaku pasar. Hal ini dilakukan untuk melihat adanya kerjasama baik dalam penyaluran beras, pertukaran informasi, serta peminjaman modal (Anggraini *et al.*, 2018).

2.4.4. Analisis Kinerja Pasar

Kinerja pasar dianalisis secara kuantitatif dengan menghitung margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan dan biaya.

1. Analisis Margin pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan atau selisih harga di tingkat petani produsen (Pf) dengan harga di tingkat konsumen akhir (Pr). Secara matematis, perhitungan margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/kg)

2. *Farmer's share*

Perhitungan *farmer's share* dilakukan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani dari harga di tingkat konsumen. Analisis *farmer's share* dirumuskan sebagai berikut:

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

FS = Bagian harga yang diterima petani (%)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

3. Rasio keuntungan dan biaya

Analisis ini dilakukan untuk melihat perbandingan keuntungan yang diterima dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh suatu lembaga pemasaran. Secara matematis, perhitungan rasio keuntungan dan biaya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R/C \text{ ratio} = \frac{TR_i}{TC_i}$$

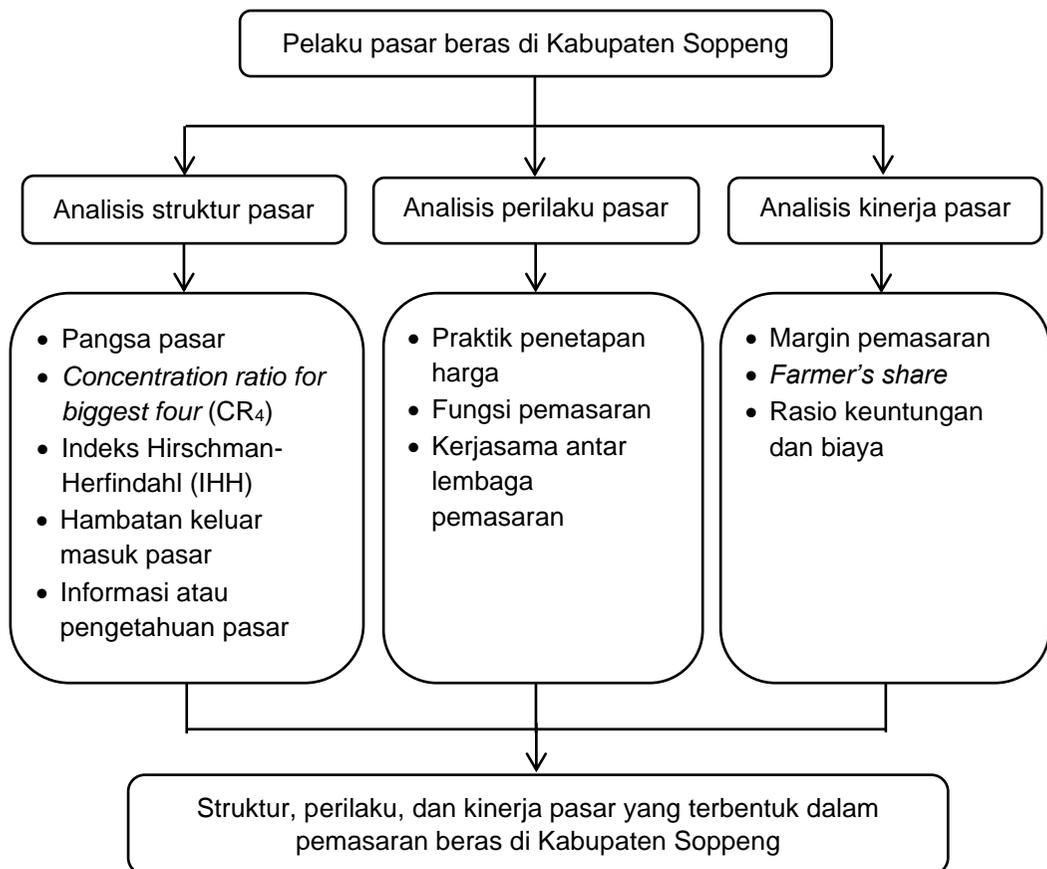
Keterangan:

TR_i = Keuntungan yang diperoleh pedagang ke - i (Rp/kg)

TC_i = Biaya yang dikeluarkan pedagang ke - i (Rp/ kg)

2.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatarbelakangi penelitian ini. Analisis pasar berdasarkan tinjauan struktur, perilaku, dan kinerja pasar berguna untuk mengetahui bagaimana gambaran kondisi pemasaran beras yang terbentuk di Kabupaten Soppeng. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng (Tinjauan Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar)