

## DAFTAR PUSTAKA

- Amron dan Mahendra.2014. *Studi Gerak Dan Waktu Pada Proses Penggilingan Padi Skala Besar Dan Kecil*.Skripsi. Bogor: Teknik Mesin Dan Biosistem, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut PertanianBogor.
- Anwas dan A. Setyono. 1992. *Mengatasi Permasalahan Budidaya Padi*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Azuar Juliandi. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. M2000. Medan
- Badan Litbang Pertanian. 2005. *Dalam Jurnalnya Rencana Aksi Pemantapan Ketahanan Pangan 2005-2010*. Jakarta
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran "*Analisa perilaku konsumen*".Edisi pertama cetakan ketiga. BPFE Yogyakarta, Yogyakarta
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Luas Panen, Jumlah Produksi Dan Produktivitas Padi 2015-2017*. Kabupaten Bone.
- Badan Pusat Statistik .2019. *Impor Beras Menurut Negara Utama, 2013-2017*, Jakarta. Statistik Indonesia
- Cahyono, K. 2005. *Kesiapan Teknologi Panen dan Pascapanen Padi dalam Menekan Kehilangan Hasil dan Meningkatkan Mutu Beras*.Jurnal Litbang Pertanian, 31 (2).
- Cholid Narbuko dan H. Abu Achmadi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cohen, L.,et al. (2007). *Research Methods In Education (Sixth Edition)* New York : Routledge.
- Fatimah nurul, 2005.*Analisis Efisiensi Pemasaran beras Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Hulu*. Jurnal Agrobosnis. Vol. 3.No. 5. Hal 1-9.

- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset (penerbit Andi).
- Hasbullah, Benedicta. 2008. *Analisis Strategi Bersaing Usaha Travel*. Skripsi. Medan: Departemen Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara. Jurnal Repositori Institusi USU.
- Hernanto dan Miftakhuriza. 2011. *Analisis Kelayakan Usaha Penggilingan Padi Mobile di Kecamatan Pantai Labu dan Kecamatan Pantai Cermin*. Skripsi. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Kadariah, 2007. *Pendapatan Sentra Industri Kecil Genteng Press di Tinjau dari Aspek Modal, Tingkat Pendidikan dan Jumlah Tenaga Kerja*. skripsi]. Surakarta : UMS Press.
- Khairuza. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Koentjoroningrat, 1997. *Analisis Mutu Beras Pada Mesin Penggilingan Padi Berjalan Di Kabupaten Pringsewu*. Skripsi. Bandar Lampung: Jurusan Teknik Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
- Kotler p, 2002. *Manajemen Pemasaran* Edisi Kesebelas jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler dan Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (edisi 12 jilid 1). Jakarta : Erlangga.
- Krisnamurthi. B. 2006. *Fakta dan Kebijakan Perberasan*. Republika. Jakarta.
- Liliweri, H. 2009. *Analisis Kelayakan Pendapatan Usaha Penggilingan Padi Di Desa Sari Bhuana Kecamatan Toili Kabupaten Banggai*. Luwuk: Universitas Tompotika

- Mahmud. 2011. *Analisis Data Kuantitatif*. Jakarta: UI Press.
- Manopo, S. 2010. *Project Feasibility Study (Studi Kelayakan Proyek: Konsep, Teknik dan Kasus)*. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta.
- Narimawati Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Nurland, F. 2010. *Tata Niaga Hasil Pertanian Edisi Ketiga*, Fakultas pertanian Universitas Hasanuddin, Lembaga Penerbit Unhas MAKASSAR.
- Ritonga, O.S., 2005 *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Jakarta
- Rusman, Mohamad., 2017. *Potensi SulSel Yang Mendunia*. Bisnis Sulawesi, Makassar.
- Sai'd E.G dan A.Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Sarawati. 2008 Penerbit . *Strategi Pengembangan Usaha Beras (Studi Kasus PB. Sugih Mukti, Kabupaten Cianjur)*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Scott, F. R. 1981. *Manajemen Strategis*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Subroto, Edi. 2011. *Pengantar Studi Semantik dan Pragmatik (Buku 1. Pengantar Studi Semantik)*. Surakarta: Cakrawala Media.
- Soekartawi. 1996. *Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Pertanian Kecil*. Jakarta: Rajawali Press.

- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 238 hal.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang: UMM Press.
- Sofyan hahuri, 2010 *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Cetakan Kelima, Yogyakarta.
- Sultana A. 2012. Rice Marketing in Bangladesh: From the Perspective of Village Study at Cox's Bazar District. *African Journal of Agricultural Research*, 7(45):5995-6004.
- Sunarto, Kamanto. (2004). *Pengantar Sosiologi* (edisi ketiga). Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Tatik Suryani, 2012 *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 118.

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**

**KUESIONER PENELITIAN**  
**ANALISIS EFISIENSI LEMBAGA PEMASARAN BERAS**  
**DI DESA BULU ALLAPORENGE, KECAMATAN BENGO, KABUPATEN**  
**BONE**

**A. IDENTITAS PENGGILINGAN**

1	Nama	
2	Umur	.....tahun
3	Jenis kelamin	Laki-laki/perempuan
4	Pendidikan	
5	Lama usaha	..... .....tahun
6	Alamat	
7	No. hp	

**B. PEMBELIAN**

1	Dari mana saja gabah yang bapa beli ?	1. Lansung dari petani 2. Dari pedagang 3. ....
2	Jumlah gabah yang dibeli dalam 1 kali pembelian ?	.....ton
3	Harga gabah	Rp...../Kg
4	Sesuai kebiasaan bapak, bagaimana bentuk pengadaan gabah dari pemasok : 1. Dijemput ditempat pemasok, 2. Diantarkan oleh pemasok,	1. Jumlah .....(%); Biaya :Rp...../Kg 2. Jumlah.....( %), Biaya : Rp...../Kg

5	Perlakuan gabah selama proses penggilingan: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengerinan</li> <li>- Biaya pengerinan</li> <li>- Pengemasan</li> <li>- Pengangkutan</li> <li>- Tenaga kerja</li> <li>- penyimpanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- .....hari</li> <li>- Rp...../kg</li> <li>- Rp...../kg</li> <li>- Rp ...../kg</li> <li>- .....hok</li> <li>- .....hari</li> </ul>
---	---	---

### C. PROSES PENGGILINGAN

No	Proses penggilingan	Jumlah
1.	Berapa kapasitas penggilingan bapak ( volume hasil gilingan-beras per jam)	.....ton beras/jam
2.	Berapa rendemen beras rata-rata yang di hasilkan penggilingan bapak dalam 1 ton gabah ?	.....%
3.	Tingkat hasil penggilingan <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Beras</li> <li>b. Menir</li> <li>c. Dedak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.....%</li> <li>.....%</li> <li>.....%</li> </ul>

### D. PENJUALAN

1.	Dijual kemana beras yang di hasilkan penggilingan bapak?	1.pedagang 2.konsumen langsung 3.konsumen luar daerah.....
2.	Harga jual beras tersebut ? <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pedagang ?</li> <li>b. Konsumen langsung ?</li> <li>c. Lainnya ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Rp ...../kg</li> <li>b. Rp ...../kg</li> <li>c. Rp ...../kg</li> </ul>
3.	Jika ya, sebutkan standarisasi mutu yang bapak tetapkan !	.....
4.	Biaya transportasi, jika diantarkan ke pedagang	Rp...../kg

**KUESIONER PENELITIAN**  
**ANALISIS EFISIENSI LEMBAGA PEMASARAN BERAS**  
**DI DESA BULU ALLAPORENGE, KECAMATAN BENGO, KABUPATEN**  
**BONE**

**A. IDENTITAS RESPONDEN PEDAGANG**

1	nama	
2	Umur	.....tahun
3	Jenis kelamin	Laki-laki/perempuan
4	pendidikan	
5	Lama usaha	.....tahun
6	alamat	
7	No hp.	
8	Jumlah TK	.....orang
9	Status tempat usaha	<input type="checkbox"/> Milik <input type="checkbox"/> sewa (Rp...../tahun)

**B. PEMASARAN**

1	Darimana asal beras yang bapak/ibu jual ?	1. Langsung dari petani 2. Penggilingan 3. Pedagang besar
2	Jumlah pembelian dalam 1 kali beli ?	.....kg
3	Sesuai kebiasaan bapak/ibu, bagaimana bentuk pengadaan beras dari pemasok utama bapak : 1. Dijemput ditempat pemasok, 2. Diantarkan oleh pemasok,	1. Jumlah.....(%); Biaya:Rp...../kg 2. Jumlah.....(%); Biaya:Rp...../kg
4	Harga beli beras	Rp...../kg
5	Apakah bapak/ibu memberi perlakuan (penyortiran/pembersihan) sebelum menjual kembali beras tersebut ?	Rp...../kg
6	Apakah bapak/ibu melakukan penyimpanan di gudang? Jika iya, - Kapan dan mengapa melakukan penyimpanan ? - Lama penyimpanan ? - Cara penyimpanan ? - Biaya penyimpanan ?	- ..... - .....hari - ..... - Rp ...../kg
7	Harga jual beras	Rp ...../kg

**KUESIONER PENELITIAN**  
**ANALISIS EFISIENSI LEMBAGA PEMASARAN BERAS**  
**DI DESA BULU ALLAPORENGE, KECAMATAN BENGO, KABUPATEN**  
**BONE**

**A. IDENTITAS RESPONDEN PETANI**

1	nama	
2	Umur	.....tahun
3	Jenis kelamin	Laki-laki/perempuan
4	pendidikan	
5	Lama usaha	.....tahun
6	alamat	
7	Pengalaman berusahatani	
8	Jumlah Tanggungan keluarga	.....orang
9	No telepon	

**B. Produksi**

1	Pada bulan berapa bapak menanam padi saat musim tanam terakhir	Bulan.....
2	Berapa jumlah produksi yang bapak hasilkan pada musim tanam terakhir	.....Ton
3	Berapa jumlah dari hasil panen yang bapak jual	.....Kg
4	Disimpan untuk makan	.....Kg
5	Disimpan untuk bibit	.....Kg
6	Sebelum penjualan adakah perlakuan khusus terhadap hasil panen bapak?	1.ya 2.tidak
7	Jika ya,sebutkan jenis perlakuan yang bapak lakukan	

**C. PEMASARAN**

1	Pasar yang di tuju untuk memasarkan gabah	.....
2	Sesuai kebiasaan bapak,bagaimanakah bentuk pengangkutan gabah yang bapak jual? 1. Dijemput oleh pembeli 2. diantarkan	1. jumlah.....(% biaya;Rp...../kg 2. jumlah.....(% biaya;Rp...../kg
3	Bagaimana cara penetapan harga jual gabah sesuai kesepakatan antara	

	petani dan pembeli : 1. ditetapkan oleh pembeli secara sepihak 2. ditetapkan oleh petani 3. sesuai dengan harga gabah pemerintah	
4	Harga jual gabah	Rp.....Kg
5	Apakah harga jual tersebut telah sesuai dengan harapan bapak?	1. Iya 2. tidak

**Lampiran identitas responden Di Desa Bulu Allaporenge.**

No	Nama Responden petani	Umur	Pendidikan	Luas Lahan	Pengalaman Usaha Tani
1	Bahar	42	SMP	1	15
2	Hasriadi	64	SD	1	35
3	Mansur	80	S1	0,35	45
4	Amiruddin	68	SD	1	40
5	Arsyad	43	SD	0,2	20
6	Bandu	45	SMP	0,7	15
7	Hasing	58	TIDAK SEKOLAH	1	40
8	Rustang	36	SMP	1,25	10
9	Saharuddin	52	TIDAK TAMAT SD	1	28
10	Samsul	46	SMP	1,5	30
11	Suki	38	SMA	1	18
12	Umar	40	SMP	1,5	23
13	Tamrin	50	SD	1	35
14	Wilyanto	47	SD	1,2	30
15	Sakka	45	SMA	1,5	11
16	Tajuddin	60	SMP	2	38
17	Ali	55	SMP	1	36
18	Bahar	37	SD	0,5	20
19	Gala	42	SMA	0,7	24
20	Mustang	45	SMP	1,8	20
21	Nawi	42	SMP	1	16
22	Mustamin	40	SLTA	1,5	18
23	Hase	40	SLTA	1,5	19
24	Muh.Ali	39	SLTA	0,5	17
25	Sulaiman	41	SMP	0,5	18
26	Abdul kadir	41	SD	0,5	18
27	H.Umar	51	TIDAK TAMAT SD	1	37
28	Ahmad sakkir	48	SMP	1,5	22
29	Sainal	56	SD	2	40
30	H.sandi	46	SD	0,8	20
	<b>Penggilangan Padi</b>				
31	Syamsuardi	37	S2		9
32	H. Anwar	54	SMA		26
	<b>Pedagang pengecer</b>				
33	H. Yunus	42	S1		5
34	Hj. Hatija	65	SD		10
35	Rosnida	33	SD		8
36	Hj. Wati	45	S1		4
37	Ramlah	69	SMA		12

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Foto 1. Wawancara dengan informan penggilingan beras



Foto 2. Wawancara bersama Petani



Foto 3. Bangunan penggilingan gabah



Foto 4. Mesin penggilingan



Foto 5. Stok gabah kering giling



Foto 6. Kemasan karung untuk beras siap di pasarkan

# **ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BERAS DI DESA BULU ALLAPORENGE, KECAMATAN BENGO, KABUPATEN BONE**

## **ANALYSIS OF RICE MARKETING EFFICIENCY IN BULU ALLAPORENGE VILLAGE, BENGO DISTRICT, BONE REGENCY**

**Muhammad Faisal\*, Nurdin Lanuhu, Saadah,  
Mahyuddin, Heliawaty**

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

\*Kontak penulis: [faisalfizhal@gmail.com](mailto:faisalfizhal@gmail.com)

### *Abstract*

*Efficient rice marketing is a necessary condition. This marketing system will determine the price that consumers pay for rice. Each marketing agency is certain to determine the selling price for the next marketing agency, this price is a combination of the purchase price from the agency from the previous marketing agency, the costs incurred, and the profits to be taken. The purpose of this research is to describe the rice marketing channel, as well as to analyze the margin and efficiency of the rice marketing channel. The analysis technique used is descriptive analysis and analysis of the margins and marketing efficiency. The results of this study indicate that there are 2 types of marketing channels at the research location. Whereas the two marketing channels in the research location are efficient with the resulting margins of Rp. 3,000 and Rp. 2,400.*

**Keywords** : Rice Marketing, Rice Marketing Channels, Marketing Efficiency

### **Abstrak**

Pemasaran beras yang efisien merupakan kondisi yang sangat diperlukan. Sistem pemasaran ini yang nantinya akan menentukan harga yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan beras. Setiap lembaga pemasaran dipastikan akan menentukan harga jual untuk lembaga pemasaran selanjutnya, harga tersebut merupakan penggabungan antara harga beli dari lembaga dari lembaga pemasaran sebelumnya, biaya yang dikeluarkan, dan keuntungan yang akan diambil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran pemasaran beras, serta menganalisis besarnya margin dan efisiensi saluran pemasaran beras.. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif serta analisis margin dan efisiensi pemasaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 2 jenis saluran pemasaran di lokasi penelitian. Bahwa kedua saluran pemasaran yang terdapat di lokasi penelitian sudah efisien dengan hasil margin masing-masing yaitu Rp. 3.000 dan Rp. 2.400.

**Kata kunci** : Pemasaran Beras, Saluran Pemasaran Beras, Efisiensi Pemasaran

## **1. Pendahuluan**

Beras merupakan komoditi yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia, baik sebagai makanan pokok maupun sebagai komoditi strategi. Sebagai makanan pokok, diperkirakan lebih dari 95 persen masyarakat Indonesia mengonsumsi beras. Sebagai komoditi strategi, fluktuasi harga beras mendapat perhatian khusus dari pemerintah.

Fluktuasi harga yang terlalu tinggi, disatu sisi dapat memberatkan daya beli masyarakat, sementara disisi lain dapat merugikan petani. Tingginya konsumsi beras mengakibatkan permintaan beras didalam negeri tinggi dan tidak seimbang dengan ketersediaan beras. Oleh karena itu pemerintah melakukan kebijakan impor beras. Tingginya jumlah impor beras menyebabkan dua masalah bagi petani di Indonesia terutama dalam persaingan harga dengan beras impor murah yang mendapatkan subsidi dari negara asalnya, (Krisnamurthi, 2006).

Beras merupakan komoditi yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia, baik sebagai makanan pokok maupun sebagai komoditi strategi. Sebagai makanan pokok, diperkirakan lebih dari 95 persen masyarakat Indonesia mengonsumsi beras. Sebagai komoditi strategi, fluktuasi harga beras mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Fluktuasi harga yang terlalu tinggi, disatu sisi dapat memberatkan daya beli masyarakat, sementara disisi lain dapat merugikan petani. Tingginya konsumsi beras mengakibatkan permintaan beras didalam negeri tinggi dan tidak seimbang dengan ketersediaan beras. Oleh karena itu pemerintah melakukan kebijakan impor beras. Tingginya jumlah impor beras menyebabkan dua masalah bagi petani di Indonesia terutama dalam persaingan harga dengan beras impor murah yang mendapatkan subsidi dari negara asalnya, (Krisnamurthi, 2006).

Sistem pemasaran biasanya berkisar pada kegiatan antara pemasok barang (dan jasa), perusahaan dan pasar. Hubungan ketiga komponen ini biasanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan kegiatan lain. Hubungan antara pemasok dan perusahaan dapat berupa hubungan yang sifatnya tetap dan tidak tetap, dalam artian apakah pemasok mempunyai kaitan yang terikat atau tidak terikat. Hubungan ini sangat tergantung dari kesepakatan bisnis antara keduanya. Agar keduanya saling diuntungkan maka biasanya kedua belah pihak membuat keputusan jual-beli atau semacam "*memorandum of understanding*" Sayangnya kesepakatan demikian seringkali berakhir merugikan bagi si kecil (pemasok yang skala usahanya kecil). Di Indonesia, agar hubungan pemasok (katakanlah industri kecil) dan perusahaan industri besar) saling diuntungkan maka dibentuklah sistem "bapak angkat". Dengan sistem seperti ini, diharapkan "*supplly*" bahan baku menjadi lancar (tersedia dalam jumlah cukup dan tersedia dalam setiap waktu bila dibutuhkan) dan proses pemasaran menjadi lebih terjamin (Soekartawi, 2002).

Data BPS 2017 menunjukkan salah satu provinsi yang mengalami surplus beras adalah Sulawesi Selatan yaitu sebesar 2,6 juta ton dari total produksi gabah kering giling alias GKG sebesar 5,8 juta ton atau setara 3,6 juta ton beras sepanjang tahun 2016 hingga 2017, dengan luas panen seluas 919.098 hektar (ha) atau meningkat 6,51% dari 14.116.638 ha menjadi 15.035.736 ha.

Di Kabupaten Bone pada tahun 2015 hingga tahun 2017 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 produktivitas sebesar 4,75 juta ton meningkat hingga 5,78 juta ton pada tahun 2016. Akan tetapi pada tahun 2017 produksi tidak menunjukkan peningkatan produksi yang signifikan dengan hasil produktivitas sebesar 5,78 juta ton (BPS Kabupaten Bone, 2018).

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

pemasaran beras/gabah dari petani akan mengalami proses yang panjang dan akan mengalami perubahan harga dari petani ke tangan konsumen melalui lembaga pemasaran yang ada.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini bertujuan untuk : (1) mendeskripsikan saluran pemasaran beras di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, (2) menganalisis besarnya margin dan efisiensi saluran pemasaran beras di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone. Penetapan lokasi ini dilakukan dengan sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan, lokasi tersebut merupakan salah satu daerah dengan produksi tanaman pangan yang potensial khususnya tanaman padi dari sejumlah desa yang terdapat di Kecamatan Bengo. Sedangkan waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober sampai dengan bulan November 2019.

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling* yang merupakan teknik pengambilan sample dari populasi yang tidak jelas keberadaannya dan tidak pasti jumlahnya dengan cara menemukan satu sample (*key informant*), untuk kemudian dari sample tersebut dicari/digali keterangannya mengenai keberadaan sample yang lain, terus demikian secara berantai. Hasil dari penentuan sample dengan menggunakan *snowball sampling* ini didapatkan 2 informan penggilingan dan 5 pedagang pengecer. Sedangkan metode yang digunakan untuk penentuan sampel petani menggunakan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*) dengan asumsi bahwa populasi bersifat homogeneity (sama) dalam penggunaan faktor produksi. Dimana populasi dalam penelitian ini adalah semua petani di Desa Bulu Allaporenge dengan jumlah 1.117 petani dan jumlah sampel sebanyak 30 orang petani. Hal ini sesuai dengan pendapat cohen (2007) semakin besar sample dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus di ambil oleh peneliti sebanyak 30 sample sebagaimana dikemukakan oleh Baley dalam mahmud (2011) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sample yang minimum adalah 30. Jadi total sampel dalam penelitian ini berjumlah 37 responden.

## **3. Hasil Dan Pembahasan**

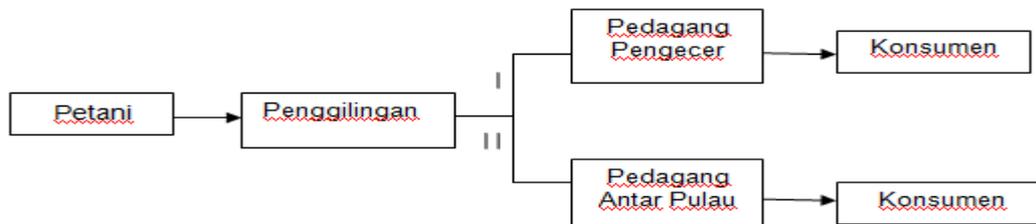
### ***Karakteristik Responden***

Menurut Manoppo (2010) bahwa usia produktif berada pada kisaran 15-65 tahun artinya dengan usia yang masih produktif ini maka akan sangat lebih mudah dalam melakukan kegiatan usahatani. Rata-rata umur responden petani adalah 41-50 tahun, rata-rata umur pedagang pengecer adalah 33-69 tahun dan untuk umur pemilik penggilingan masing-masing 37 dan 54 tahun. Rata-rata tingkat pendidikan untuk petani adalah SMP dengan persentase 36,67%, tingkat pendidikan untuk pemilik penggilingan adalah SMA dan S2, sedangkan tingkat pendidikan untuk pedagang pengecer SD - S1. Rata-rata pengalaman bekerja untuk responden petani adalah <30 tahun dengan persentase 63,3%, untuk pedagang pengecer berkisar antara 4-12 tahun, sedangkan untuk pemilik penggilingan masing-masing memiliki pengalaman bekerja 9 dan 27 tahun. Rata-rata luas lahan petani adalah >1 Ha dengan persentase 36,7%. Rata-rata jumlah

tanggungan keluarga responden adalah 1-2 orang dengan persentase 40% untuk petani organik dan 3-4 orang dengan persentase 66,7% untuk petani anorganik.

### **Saluran Pemasaran Gabah/Beras**

Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen, dengan melihat kondisi saluran pemasaran di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, struktur saluran pemasaran gabah/beras pada garis besarnya ditemukan 2 saluran. Alur pemasaran gabah/beras dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1. Saluran Pemasaran Gabah/Beras di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone.**

Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran yang ada di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone terdapat 2 saluran yaitu:

3. Petani - penggilingan - pedagang grosir/pengecer -konsumen
4. Petani - penggilingan - Pedagang besar/PAP - konsumen

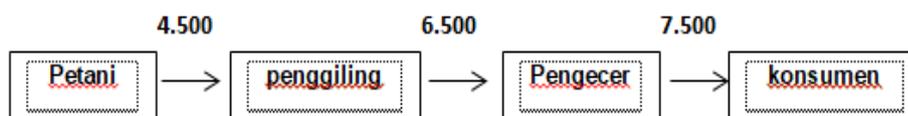
Saluran pemasaran yang ada, yaitu: (1) saluranpemasaran pertama, petani menjual gabah kering panen langsung pada penggilingan. Di penggilingan akan dilakukan perlakuan dari penjemuran, penggilingan hingga pengemasan beras. Setelah itu, beras akan dijual pada pedagang grosir yang juga merupakan pedagang pengecer yang akan dijual langsung pada konsumen tanpa melakukan perlakuan lagi, (2) Saluran pemasaran kedua, petani menjual gabah pada penggilingan. Setelah dari penggilingan, beras akan dijual pada pedagang besar (pedagang antar pulau) di luar daerah, dari pedagang antar pulau di luar daerah akan dijual pada konsumen. Untuk pedagang antar pulau yang dimaksudkan adalah pedagang yang membeli beras yang berasal dari luar Provinsi Sulawesi Selatan, seperti Nusa Tenggara Timur, Bu-bau. Transaksi jual beli tersebut dilakukan di pelabuhan, dimana penggilingan yang akan mengantarkan sampai di pelabuhan Bone dan akan diserahkan pada pedagang sepenuhnya untuk urusan selanjutnya.

### **Komponen Biaya dan Margin Pemasaran**

Biaya Pemasaran meliputi semua rangkaian biaya dalam pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan kepada pembeli. Dalam melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran terdapat biaya dan margin pemasaran yang meliputi harga beli dari produsen dan harga jual untuk konsumen, baik konsumen langsung atau konsumen industri seperti pedagang dari luar daerah.

### **Saluran Pemasaran I**

Adapun harga jual dari tiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran I di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, dapat dilihat pada Gambar 2



**Gambar 2. Saluran Pemasaran I**

Pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran pertama, petani menjual gabah pada penggilingan dengan harga Rp.4.500,- kemudian penggilingan menjual beras pada pedagang pengecer dengan harga Rp.6.500,-/kg dan pedagang menjual pada konsumen dengan harga Rp 7.500,-/kg. Hal ini dikarenakan pada penggilingan terdapat proses yang lebih besar/banyak dengan perubahan nilai jual dimana gabah diproses menjadi beras dan dikemas untuk peningkatan harga jual dan memerlukan biaya tambahan. Biaya-biaya pemasaran pada penggilingan meliputi biaya bongkar muat dan pengangkutan dari lahan petani (dalam bentuk Gabah Kering Panen (GKP), biaya penggilingan 40% susut dari gabah menjadi beras dimana 40% tersebut meliputi sekam, menir, dedak. Selain itu, biaya yang dikeluarkan meliputi biaya tenaga kerja lapangan dan pabrik.

Adapun komponen biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran pemasaran I di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran I di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, 2020.**

No	Lembaga Pemasaran	Saluran I	Persentase (%)
1	Petani		
	a. Harga Jual Gabah	4.500	
2	Penggilingan		
	a. Harga Beli Gabah	4.500	
	b. Biaya Penggilingan	350	60,34
	c. Biaya Tenaga Kerja	200	34,48
	d. Biaya Kemasan	30	5,17
	<b>e. Harga Jual</b>	<b>6.500</b>	
	<b>Total Biaya</b>	<b>580</b>	100
	<b>Keuntungan</b>	<b>1.420</b>	
3	Pengecer		
	a. Harga Beli	6.500	
	b. Biaya Transportasi (dari penggilingan)	250	54,35
	c. Biaya Bongkar Muat	110	23,91
	d. Biaya Kemasan	40	8,70
	f. Biaya Retribusi	60	13,04
	<b>g. Harga Jual</b>	<b>7.500</b>	
	<b>Total Biaya</b>	<b>460</b>	100
	<b>Keuntungan</b>	<b>540</b>	
<b>Margin</b>	<b>1.000</b>		

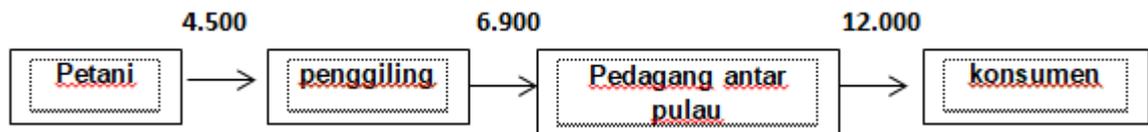
4	Konsumen		
	a. Harga Beli	7.500	
<b>Total Biaya</b>		<b>1.040</b>	
<b>Total Harga Jual</b>		<b>7.500</b>	
<b>Total Keuntungan</b>		<b>1.960</b>	
<b>Total Margin</b>		<b>3.000</b>	

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa total biaya pada saluran pemasaran I yaitu pada penggilingan dengan biaya Rp.350/kg yang meliputi biaya tenaga kerja sebesar Rp.200, serta biaya kemasan Rp.30. Sedangkan pada lembaga pengecer dengan biaya Rp.450,-/kg meliputi biaya transportasi, biaya bongkar muat dan biaya retribusi. Jadi, total biaya pada saluran pemasaran I yaitu Rp.3.000,-/kg.

Margin pemasaran pada saluran pemasaran I dapat dihitung berdasarkan pada rumus:  $M = Pr - Pf$ . Dimana harga di tingkat petani yaitu Rp.4.500 dan harga ditingkat pengecer yaitu Rp7.500,-. Maka  $M = 7.500 - 4.500 = 3.000$ . Maka margin pemasaran yang dihasilkan dari saluran pemasaran I di Desa Bulu Allaporeng, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone yaitu sebesar Rp.3.000,-/kg. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp.3.000,-.

### Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran kedua, petani menjual langsung gabah pada penggilingan yang ada di daerah setempat dan tidak melalui pedagang pengumpul. Adapun harga jual gabah/beras tiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran II dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3. Saluran Pemasaran II**

Pada Gambar 6, dapat dilihat bahwa saluran pemasaran kedua cukup pendek dari petani menjual pada penggilingan dengan harga Rp.4.500,-/kg, penggilingan menjual pada PAP (pedagang antar pulau) dengan harga Rp.6.900,- dimana pedagang antar pulau merupakan pedagang yang masih melakukan proses penjualan setelahnya, dan harga yang diterima oleh konsumen dengan beras medius seharga Rp.12.000,-

Adapun komponen biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran pemasaran II di Desa Bulu Allaporeng, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran II di Desa Bulu Allaporeng, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, 2020**

No	Lembaga Pemasaran	Saluran II	Persentase (%)
1	Petani		
	a. Harga Jual Gabah	4.500	
2	Penggilingan		
	a. Harga Beli gabah	4.500	
	b. Biaya Penggilingan	400	42,55
	c. Biaya Tenaga Kerja	100	10,64

	d. Biaya Transportasi	280	29,79
	Biaya Bongkar Muat	130	13,83
	f. Biaya Kemasan	30	3,19
	h. Harga Jual	6.900	
	Total Biaya	940	100
	Keuntungan	1.460	
	Margin	2.400	
3	Pedagang Antar Pulau		
	a. Harga Beli	6.900	

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa total biaya pada saluran pemasaran II yaitu pada penggilingan dengan biaya Rp.400,/kg yang meliputi biaya tenaga kerja lapangan dan pabrik yang melakukan tugas penggilingan sebesar Rp.100, biaya transportasi Rp.280, biaya bongkar muat Rp. 130., serta biaya kemasan Rp.30. Sedangkan Pedagang antar pulau berperan sebagai konsumen akhir dengan harga beli dari penggilingan Rp.9.300,-. Untuk margin pemasaran pada saluran pemasaran kedua ini yaitu  $6.900 - 4.500 = \text{Rp}.2.400$  Jadi margin pemasaran untuk saluran kedua pemasaran kedua yaitu Rp.2.400,-.

### *Efisiensi Pemasaran*

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran, dari awal sampai akhir. Menggunakan rumus sebagai berikut:

$$E_p = \frac{TB}{NP} \times 100\%$$

Semakin kecil persentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Kegiatan pemasaran akan efisien apabila  $TB < NP$ . Sebaliknya, apabila  $TB > NP$  maka kegiatan pemasaran tersebut tidak efisien. Adapun tingkat efisiensi pada 2 saluran pemasaran beras yang ada di Desa Bulu Allaporeng, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Efisiensi Saluran Pemasaran Beras di Desa Bulu Allaporeng, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, 2020.**

NO	Saluran pemasaran	Total Biaya(Rp/kg)	Nilai Produk (Rp/kg)	Efisiensi (%)	Total Margin
1	I	1.040	7.500	13,87	3.000
2	II	940	6.900	13,62	2.400

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa kedua saluran pemasaran telah efisien karena total biaya (TB) yang dikeluarkan lebih kecil dari total nilai produk (TNP), kegiatan pemasaran akan efisien apabila  $TB < TNP$ . Sebaliknya, apabila  $TB > TNP$  maka kegiatan pemasaran tersebut tidak efisien. Berdasarkan tabel tersebut, maka kedua saluran pemasaran di Desa Bulu Allaporeng, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone telah efisien, dengan persentase efisiensi saluran I yaitu 13,80% dan saluran pemasaran II yaitu 13,62 %. Semakin kecil persentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Apabila dilihat pada total margin pemasaran pun, margin saluran pemasaran pertama yaitu Rp3.000,- dan saluran pemasaran II yaitu Rp.2.400,-. Semakin kecil margin pemasaran yang ada,

maka semakin efisien pemasaran tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hanafie (2010), bahwa Tinggi tendahnya margin pemasaran dipakai untuk mengukur efisiensi pemasaran (tergantung dari fungsi pemasaran yang dijalankan). Semakin besar margin pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran tersebut. Jika ditinjau dari margin pemasarannya, maka kedua saluran pemasaran tersebut telah efisien. Selain ditinjau dari segipersentasemargin, jugadapatdilihatpadi panjang pendeknya alur pemasaran yang ada, sesuai dengan pendapat cahyono (2005), mengenai rantai pemasaran yang pendek akan efisien karena tingkat karena tingkat harga yang diterima dari petani produsen lebih tinggi dan tingkat harga di konsumen lebih rendah.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil peneilitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa:

1. Saluran pemasaran yang ada di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone terdapat 2 jenis saluran yaitu;1) petani- penggilingan - pedagang pengecer - konsumen langsung, 2) petani - penggilingan - Pedagang Antar pulau- konsumen.
2. Kedua saluran pemasaran di Desa Bulu Allaporenge, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone telah efisien, dengan hasil margin yaitu pada saluran pemasaran pertama Rp.5.500 dengan tingkat efisiensi 32,30% dan margin untuk saluran pemasaran kedua yaitu Rp.4.800 dengan tingkat efisiensi 21,13 %.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2018. *Luas Panen, Jumlah Produksi Dan ProduktivitasPadi 2015-2017*. Kabupaten Bone
- Cohen, L.,et al. (2007). *Research Methods In Education (Sixth Edition)* New York : Routledge.
- Krisnamurthi. B. 2006. *Fakta dan Kebijakan Perberasan*. Republika. Jakarta.
- Mahmud. 2011. *Analisis Data Kuantitatif*. Jakarta: UI Press.
- Manopo,S.2010.*Project Feasibility Study (Studi Kelayakan Proyek:Konsep, Teknik dan Kasus)*. Damar Mulia Pustaka.Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 238 hal.