

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menciptakan nilai tambah merupakan hal yang sangat penting bagi bisnis karena hal ini berkontribusi pada daya saing, pertumbuhan, dan kinerja mereka secara keseluruhan. Penciptaan nilai dapat dicapai melalui berbagai strategi, seperti strategi korporat, bisnis, dan tingkat fungsional (Adelekan & Majekodunmi, 2021; Baihaqi *et al.*, 2020; Syofya, 2022). Dengan berfokus pada penciptaan nilai, bisnis dapat meningkatkan produk atau layanan mereka, membedakan diri mereka dari pesaing, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja keuangan mereka.

Rantai nilai memberikan keterampilan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan dalam merespon pasar lebih cepat, menciptakan pangsa pasar serta peningkatan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi (Gligor, Esmark, & Holcomb, 2015). *Value Chain Analysis* (VCA) merupakan pendekatan strategis yang berperan dalam pemetaan aliran produk, informasi, dan nilai antar pelaku rantai melalui prinsip transparansi dan koordinasi yang menekankan pentingnya integrasi serta pertukaran informasi yang efektif guna meningkatkan efisiensi proses operasional dan mendukung terciptanya distribusi keuntungan yang lebih adil di sepanjang rantai nilai (Gereffi dan Fernandez-Stark, 2021; Kano *et al.*, 2022; Wang *et al.*, 2022). Porter (1985) dan Kaplinsky & Morris (2002) menjelaskan rantai nilai yang efektif merupakan kunci keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang dapat menghasilkan nilai tambah (*value added*) bagi suatu industri. Rantai nilai bisa digambarkan sebagai keseluruhan aktivitas yang disyaratkan untuk membawa barang atau jasa dari tempat perancangan, melalui fase produksi yang beragam (melibatkan transformasi fisik dan input dari beragam penyedia jasa), mengirimkan kepada konsumen akhir, dan daur ulang setelah penggunaan.

Rantai nilai merupakan kerangka strategis yang penting dalam menganalisis dan mengorganisasi aktivitas-aktivitas utama dan pendukung dalam suatu perusahaan. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi titik-titik penting penciptaan nilai, sehingga mampu meningkatkan efisiensi biaya sekaligus memberikan nilai tambah yang dapat menaikkan harga jual produk (Porter, 2021). Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian terbaru dari Arsalan, Bashir, dan Khan (2023) yang menunjukkan bahwa penerapan analisis rantai nilai secara sistematis pada perusahaan di pasar negara berkembang dapat menghasilkan keunggulan bersaing melalui optimalisasi proses dan diferensiasi.

Menciptakan nilai tambah sangat penting bagi usaha untuk tetap kompetitif, mendorong pertumbuhan, dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Menurut Stofya (2023), upaya menciptakan nilai tambah dapat dilakukan dengan menerapkan strategi tingkat perusahaan untuk membina hubungan yang erat dengan pembeli, melakukan inovasi produk dan teknologi serta, meningkatkan produk atau layanan mereka akan membedakan diri dari pesaing, dan pada akhirnya mencapai

kesuksesan. Dengan menciptakan nilai tambah dengan pembeli, akan mendorong interaksi dinamis antara sumber daya produktif dan peluang pasar dari sisi permintaan yang mengarah pada pertumbuhan.

Konsep rantai nilai memainkan peran penting dalam menciptakan nilai tambah bagi bisnis. Rantai nilai, yang diperkenalkan oleh Michael Porter pada tahun 1985, adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memberikan produk atau layanan yang berharga kepada pelanggannya (Porter & Kramer, 1985). Dengan menganalisis dan mengoptimalkan aktivitas-aktivitas ini, bisnis dapat mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat menciptakan nilai lebih, mengurangi biaya, dan meningkatkan keunggulan kompetitif (MOSTENSKA & Tur, 2018).

Konsep rantai nilai dapat diterapkan pada berbagai industri dan sektor, membantu perusahaan mengidentifikasi sumber-sumber potensial keunggulan kompetitif dan stabilitas pasar (MOSTENSKA & Tur, 2018). Sebagai contoh, dalam industri transportasi, memahami rantai nilai dapat membantu perusahaan mengoptimalkan proses mereka dan meningkatkan efisiensi operasi mereka secara keseluruhan (Limbach, 2015). Dalam konteks manajemen rantai pasokan, memahami rantai nilai dapat membantu perusahaan mengidentifikasi area di mana mereka dapat menciptakan nilai lebih dan mengurangi biaya, yang pada akhirnya mengarah pada rantai pasokan yang lebih efisien dan kompetitif (Dekker, 2003). Dengan berfokus pada elemen-elemen kunci dari rantai nilai, seperti pengadaan, produksi, distribusi, dan layanan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan operasi mereka dan menciptakan nilai lebih bagi pelanggan mereka (Antoine-Moussiaux *et al.*, 2017; Hang *et al.*, 2022; Sudhana, 2017).

Tanaman padi merupakan komoditas pertanian yang sangat penting dan menjadi sumber pangan utama bagi lebih dari separuh populasi dunia. Peran strategis padi sebagai sumber karbohidrat utama menjadikannya komoditas vital dalam menjamin ketahanan pangan global, terutama dikawasan Asia (FAO, 2021; Nugroho *et al.*, 2023). Padi memiliki peranan penting yaitu sebagai penyedia bahan pangan, penyedia bahan baku bagi industri-industri, penyedia kesempatan berusaha, serta merupakan sumber pendapatan bagi para petani (Ardian, 2024). Konsumsi beras di Indonesia setiap tahun semakin meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia. Ketersediaan beras berkaitan dengan kondisi rantai pasok beras tersebut. Rantai pasok menggambarkan hubungan antara aliran barang, uang, dan informasi dari semua anggota rantai nilai (Purbaningsih *et al.* 2021). Dalam kegiatan rantai nilai yang terjadi, terdapat biaya yang di peroleh, menurut Arsal *et al.*, (2019) biaya produksi yang rendah dilakukan petani dengan beberapa cara, antara lain: penggunaan modal sendiri sehingga dapat mengurangi beban bunga, penggunaan pestisida yang murah dan membeli sarana produksi yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan sehingga tidak terjadi pemborosan.

Beras merupakan makanan pokok yang dikonsumsi dominan oleh masyarakat Indonesia. Beras diklasifikasikan oleh pemerintah sebagai kebutuhan pokok masyarakat Indonesia, maka pemerintah mempunyai kewajiban menjaga pasokan

dan stabilitas harga beras (Rohman & Maharani, 2018). Produksi beras di Indonesia menjadikan Indonesia termasuk negara yang mempunyai produksi dan konsumsi beras tinggi di dunia. Indonesia adalah negara dengan produksi beras tertinggi nomor 3 di dunia setelah Cina dan India dengan kontribusi beras sebesar 8,5% atau setara kurang lebih 54 juta ton (Rahayu & Febriaty, 2019).

Menurut Badan Statistik Nasional (2023), Produksi beras pada 2023 untuk konsumsi pangan penduduk Indonesia diperkirakan sekitar 32,90 juta ton. Luas panen padi pada 2023 diperkirakan sebesar 10,20 juta hektar, dengan produksi padi pada 2023 diperkirakan sebesar 53,63 juta ton GKG. Mengingat pentingnya komoditas ini, pemerintah berupaya menyediakan beras bagi seluruh masyarakat dengan memastikan beras selalu tersedia dalam jumlah yang aman dan harga gabah yang wajar bagi petani. Upaya ini telah dibuktikan secara internasional pada tahun 2023 Indonesia merupakan salah satu produsen beras terbesar di dunia, dengan produksi sebesar 53,63 juta ton padi atau setara dengan 30,90 juta ton beras (BPS, 2023). Indonesia menduduki peringkat ke-3 dunia dalam konsumsi beras. Hal ini berdampak pada tingginya permintaan beras untuk konsumsi dan membutuhkan pasokan beras yang lebih banyak (Palupi *et al.*, 2020).

Provinsi Sulawesi Selatan merupakan provinsi yang terkenal sebagai salah satu penghasil tanaman padi di Indonesia sebagai predikat lumbung padi nasional mengukuhkan posisi Sulawesi Selatan sebagai produksi tanaman pangan yang cukup potensial dengan kualitas mutu yang baik. Selain itu, sektor pertanian juga berperan penting dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi di Sulawesi Selatan. Perkembangan sektor pertanian khususnya tanaman pangan di daerah Sulawesi Selatan salah satunya diprioritaskan pada komoditi padi. Hal ini ditunjukkan dengan luas panen komoditi padi lebih besar dibandingkan dengan komoditi tanaman pangan lainnya (Lestari, 2017). Berdasarkan data BPS (2024), luas panen padi di Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2023 mencapai 716.390 hektar, meningkat sebesar 1,18% dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini mencerminkan upaya intensifikasi dan ekstensifikasi lahan pertanian di berbagai kabupaten sentra produksi, seperti Bone, Sidrap, Wajo, dan Pinrang. Adapun hasil produksi beras di Sulawesi Selatan tahun 2022-2023 dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. Produksi Beras di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2021-2023

Kabupaten/kota	Produksi Beras Provinsi Sulawesi Selatan Menurut Kabupaten/Kota (Ton)				
	2021	2022	2023	Jumlah Total	%
Bulukumba	120 540,27	119 838,91	123 924,47	364303,65	4,1420
Jeneponto	93 660,48	73 407,09	64 666,85	231734,42	2,6348
Gowa	136 494,42	132 576,34	132 932,42	402003,18	4,5707
Sinjai	59 498,14	59 141,62	62 215,16	180854,92	2,0563
Maros	118 360,70	112 522,11	104 463,52	335346,33	3,8128
Bone	463 822,86	525 621,98	486 323,45	1475768,29	16,7791

Kabupaten/kota	Produksi Beras Provinsi Sulawesi Selatan Menurut Kabupaten/Kota (Ton)				
	2021	2022	2023	Jumlah Total	%
Soppeng	154 446,23	167 675,09	149 077,48	471198,8	5,3574
Wajo	384 013,44	457 883,39	366 575,56	1208472,39	13,7400
Sidrap	275 442,41	307 183,53	277 661,48	860287,42	9,7812
Pinrang	317 540,67	314 510,91	260 585,95	892637,53	10,1490
Luwu	159 228,10	159 162,04	167 601,89	485992,03	5,5256
Luwu Utara	111 335,84	119 855,32	111 734,38	342925,54	3,8990
Luwu Timur	151 600,50	126 019,39	131 521,12	409141,01	4,6518
Lainnya	375208,62	368209,22	33,1909,13	1134634,76	12,9003
Jumlah Total				8.795.300,27	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2023

Pada Tabel 1. menunjukkan bahwa produksi beras pada tahun 2021 hingga 2023 mencapai 8.795.300,27 ton. Adapun Kabupaten di Sulawesi Selatan yang diproyeksi sebagai penghasil beras tertinggi periode 2021-2023 yakni Kabupaten Bone sebesar 1.475.768,29 ton.

Kabupaten Bone adalah salah satu kabupaten penyumbang terbesar ekonomi Sulawesi Selatan di sektor pertanian. Sekitar 20% hasil pertanian khususnya padi dihasilkan oleh Kabupaten Bone. Luasnya wilayah, topografi daerah yang cenderung rata, curah hujan dan irigasi air yang memadai merupakan salah satu keuntungan khusus pada Kabupaten Bone dalam mengelola sektor pertaniannya (BPS Kabupaten Bone, 2021). Kabupaten Bone memiliki beberapa pelaku usaha bisnis beras yang mempunyai merk jual. Salah satu pelaku usaha bisnis beras di Kabupaten Bone adalah PB. SI. Usaha ini merupakan salah satu produsen beras yang ada di Kecamatan Barebbo, Kabupaten Bone.

Beras sebagai komoditas pangan strategis tidak hanya berbeda dari segi varietas, tetapi juga dari segi kualitasnya. Di pasar domestik, beras umumnya diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori kualitas seperti beras premium, medium, dan beras rendah mutu, berdasarkan parameter tertentu seperti persentase butir patah, tingkat kebersihan, warna beras, dan aroma. Beras premium biasanya memiliki karakteristik butir yang utuh lebih dari 95%, berwarna bening, dan memiliki kadar patah serta kotoran yang sangat rendah. Sementara itu, beras medium memiliki mutu menengah dengan butir patah sekitar 20-25% dan kualitas visual sedang umumnya dikonsumsi oleh masyarakat kelas menengah. Adapun beras rendah mutu cenderung memiliki banyak butir patah, warna kusam, dan kandungan kotoran yang tinggi, serta digunakan oleh konsumen dengan pendapatan rendah atau sebagai bahan baku industri makanan (BPS, 2023; Apriyanto & Rahayu, 2022). Untuk itu para pengelola atau pelaku bisnis harus mampu dalam mengidentifikasi konsumen terutama dalam

hal kebutuhan konsumen terhadap beras, agar pemasaran yang dilakukan pengelola berjalan dengan baik (Rahmat, 2021).

Hasil produksi padi oleh petani umumnya tidak sepenuhnya dijual ke pasar. Sebagian disimpan untuk konsumsi rumah tangga, sementara sisanya dijual melalui berbagai jalur distribusi yang melibatkan sejumlah lembaga pemasaran. Rantai distribusi beras umumnya dimulai dari petani, kemudian berlanjut ke tengkulak atau pedagang pengumpul, pedagang besar di dalam daerah, hingga pedagang besar luar daerah. Produk beras selanjutnya disalurkan ke rumah makan, hotel maupun pedagang eceran yang menjual langsung ke konsumen akhir (Malia, 2020). Setiap lembaga tersebut memainkan peran penting dalam memainkan peran penting dalam menentukan efisiensi distribusi, pembentukan harga, serta ketersediaan pasokan beras di pasar lokal dan regional.

Menurut Nugroho *et al.* (2023), struktur pasar yang bersifat oligopsony, di mana hanya segelintir pedagang besar atau tengkulak yang memiliki akses modal dan jaringan distribusi, menyebabkan posisi tawar petani relative lemah. Hal ini berdampak pada harga jual beras di tingkat produsen yang cenderung rendah. Di sisi lain, penelitian oleh Yuliana dan Astuti (2022) menyebutkan bahwa peran lembaga pemasaran sangat krusial dalam memperpendek rantai distribusi, meningkatkan nilai tambah, dan mengurangi disparitas harga antar wilayah. Oleh karena itu, pemetaan lembaga-lembaga distribusi serta penguatan kelembagaan petani menjadi langkah penting dalam meningkatkan efisiensi pasar dan kesejahteraan pelaku utama, khususnya petani padi.

Rantai nilai beras yang terjadi di Kabupaten Lombok Barat menunjukkan bahwa manajemen rantai pasokan beras telah berjalan cukup baik dan melibatkan tiga (3) yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi aliran yang mengalir dari dan ke petani, pedagang pengumpul gabah, pedagang ditingkat penggilingan, pedagang besar dan pedagang pengecer. Penelitian yang dilakukan oleh Wuryantoro (2022) menghasilkan kinerja rantai nilai pada agroindustri beras telah mampu mengerikan keuntungan yang memadai bagi setiap pelakunya. Nilai tambah dan keuntungan agroindustri beras serta sekaligus mengetahui informasi secara langsung tingkat kepuasan konsumen akhir. Kabupaten Bone merupakan penghasil beras tertinggi di Provinsi Sulawesi Selatan dengan produksi mencapai ratusan ribu ton per tahun, namun di balik pencapaian ini terdapat berbagai tantangan dalam rantai nilai beras. Di antaranya adalah keterbatasan koordinasi antar pelaku usaha mulai dari petani, penggilingan, pedagang, hingga konsumen akhir yang mempengaruhi efisiensi distribusi, pembentukan harga, serta penciptaan nilai tambah yang optimal. Selain itu, kebijakan pemerintah yang mengatur rantai nilai beras di Kabupaten Bone memegang peranan penting dalam menjaga kestabilan pasokan dan harga namun masih memerlukan evaluasi dalam implementasi untuk mendukung kesejahteraan pelaku usaha, terutama petani dan pengusaha pengolahan seperti PB. SI. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Rantai Nilai Beras di PB. SI Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan".

1.2 Rumusan Masalah

Kabupaten Bone merupakan penghasil Beras dengan tingkat produksi tertinggi di Provinsi Sulawesi Selatan dimana pada tahun 2023 sebanyak 486 323,45 ton (BPS Provinsi Sulawesi selatan, 2023). Penelitian ini menjelaskan bagaimana rantai nilai dan pendistribusian beras di Kabupaten Bone dan bagaimana kebijakan pemerintah terkait dengan rantai nilai beras di Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan.

Dalam upaya pengembangan usahatani, produktivitas beras di Kabupaten Bone mengalami banyak pertimbangan dalam hal rantai nilai yang dilakukan di Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan seperti koordinasi lemah antar pelaku usaha (petani, penggilingan, pedagang pengumpul, dan pengecer) yang menyebabkan inefisiensi aliran produk, informasi, dan keuangan; dominasi tengkulak yang menekan harga gabah petani; margin pemasaran tidak merata dengan keuntungan terbesar di hilir rantai; serta keterbatasan teknologi pengolahan, dan standarisasi saluran distribusi yang panjang. Rantai nilai dalam arti luas melihat berbagai pelaku baik produsen, pedagang, pengolah, penyedia jasa dan konsumen untuk membawa bahan baku melalui suatu rantai hingga menjadi produk akhir yang siap dijual. Rantai nilai akan terus terhubung dengan kegiatan usaha lainnya mulai dari sistem produksi bahan baku sampai dengan perdagangan dan berakhir di konsumen. Analisis rantai nilai dapat dilakukan untuk mengetahui bentuk aktivitas yang dilakukan pelaku utama di sepanjang rantai dan berapa nilai keuntungan yang didapatkan oleh masing-masing pelaku agar rantai pasok menjadi lebih efisien. Selain itu, penggunaan analisis rantai nilai juga dapat dilakukan untuk mengetahui potensi aktivitas yang dapat diunggulkan dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan menganalisis rantai nilai beras yang terjadi di PB. SI. Berdasarkan uraian pada paragraf sebelumnya, maka permasalahan dalam pada penelitian ini yaitu bagaimana aktivitas dalam rantai nilai dan keuntungan yang diperoleh masing-masing pelaku dalam rantai nilai komoditas beras di PB. SI Kabupaten Bone?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis aktivitas rantai nilai dan nilai keuntungan yang diperoleh masing-masing pelaku dalam rantai nilai komoditas beras di PB. SI Kabupaten Bone.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap bahan referensi dan tambahan informasi serta perbandingan bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya terkait rantai nilai beras.
2. Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah wawasan dan informasi bagi petani dan pengusaha beras, sehingga pada saat proses pemeliharaan dapat menjaga mutu sehingga dapat dijual dengan nilai yang lebih tinggi.

3. Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi pemerintah yang terkait dengan kebijakan pemerintah mengenai pengelolaan dan pengembangan komoditas beras.

1.5 Research Gap

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang rantai nilai, diantaranya adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Rismayani (2023) tentang analisis rantai nilai usaha beras di kabupaten Lombok barat, menggunakan analisis kinerja rantai nilai, kinerja total rantai nilai dengan hasil penelitian bahwa kinerja aktivitas pendukung rantai nilai pada usaha beras di kabupaten Lombok barat kategori baik. Dilihat dalam indikator infrastruktur perusahaan, manajemen sumber daya manusia, pengembangan teknologi, pembelian atau pengadaan. Biaya operasional yang dikeluarkan di kedua kecamatan tersebut rata-rata sebesar Rp2.861.892.857,- per tahun dan sebesar Rp11.924.554,- per proses produksi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wuryantoro (2022) tentang analisis rantai nilai dan efisiensi pemasaran beras di kabupaten Lombok barat. Menggunakan metode analisis deskriptif, hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem manajemen rantai pasokan beras di kabupaten Lombok barat telah berjalan cukup baik dan menghasilkan tiga (3) rantai yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi aliran yang mengalir dari dan ke petani, pedagang pengumpul gabah, pedagang ditingkat penggilingan, pedagang besar dan pedagang pengecer. Kinerja rantai nilai pada agroindustri beras juga telah mampu mengerikan keuntungan yang memadai bagi setiap pelakunya. Nilai tambah dan keuntungan agroindustri beras yang beras serta sekaligus mengetahui informasi secara langsung tingkat kepuasan konsumen akhir.

Penelitian yang dilakukan Khairunisak (2023) tentang analisis rantai nilai kopi pada Yayasan mukmin mandiri sidoarjo. Dengan menggunakan metode deskriptif dan analisis metode Hayami, hasil menunjukkan bahwa setiap pelaku rantai nilai memiliki peran dan hubungan masing-masing yang saling berkaitan dalam penambahan nilai pada produk. Mukmin mandiri bekerja sama secara terus menerus dengan petani kopi untuk mendapatkan biji kopi sebagai bahan baku utama produk. Lalu Yayasan mukmin mandiri juga bekerja sama dengan distributor dan agen untuk menjual produknya kepada konsumen. Hubungan yang terjalin ini terus menerus terjadi dan berkaitan agar rantai nilai yang terbentuk tidak putus. Nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp12.588.4 per satu kg bahan baku atau sekitar 37,82% dari nilai produk per unit bahan baku dan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan produksi kopi bubuk sebesar Rp21.500 per kilogram atau sebesar 99%. Imbalan tenaga kerja yang diperoleh dari kegiatan produksi kopi bubuk sebesar Rp16,5 per satu kilogram bahan baku atau sekitar 0,076% dari nilai tambah yang diterima.

Hasil penelitian yang dilakukan Latief (2023) tentang analisis rantai nilai jagung pada PT sinar terang madani makassar, menggunakan analisis rantai nilai. Hasil menunjukkan bahwa pelaku rantai nilai di PT STM terdiri atas petani, pengepul,

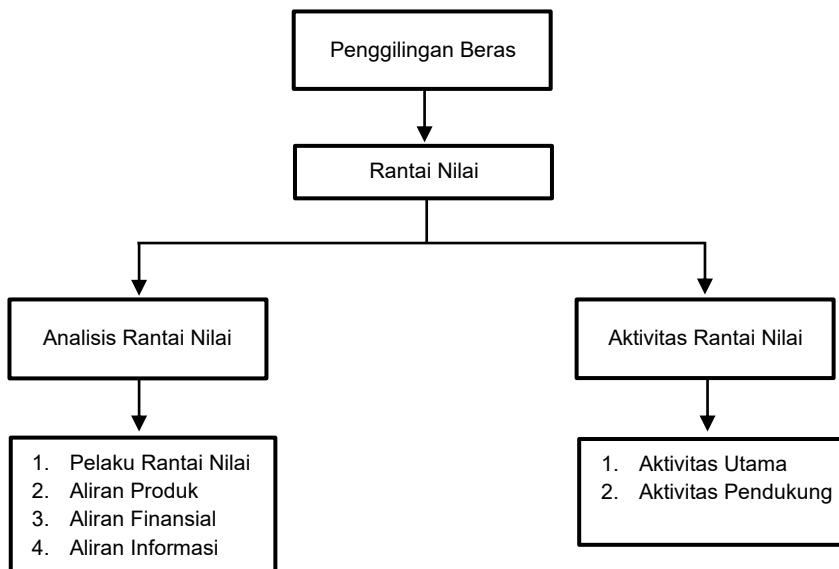
pemasok, industri, distributor dan pelanggan. Hubungan yang terjadi antara pelaku rantai nilai di PT. STM merupakan hubungan independent, kecuali rantai nilai AM, dimana antara petani dan pemasok terdapat hubungan saling menguntungkan dan saling terikat. Pertambahan nilai terjadi disetiap pelaku rantai nilai. Petani dengan margin tertinggi merupakan petani dengan margin Rp1,560/Kg.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan di beberapa daerah memiliki kajian yang sama dengan objek yang berbeda. Adapun perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu terletak pada pemilihan lokasi, jenis produk, dan responden yang digunakan. Pada penelitian ini mendeskripsikan rantai nilai beras yang terjadi di PB. SI Kabupaten Bone.

1.6 Kerangka Pikir Penelitian

Penelitian mengenai analisis rantai nilai Beras di Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan ini secara garis besar terbagi ke dalam dua model penelitian yaitu, analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Alur kerangka pemikiran dalam penelitian ini dimulai dari menjelaskan, mendeskripsikan, serta memetakan rantai nilai Beras di Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan. Setelah itu, dilakukan analisis distribusi nilai tambah.

Hasil analisis deskriptif dapat diketahui keadaan setiap rantai serta nilai tambah pada setiap produk yang dihasilkan oleh pelaku rantai nilai sehingga dapat diketahui pelaku rantai nilai dan produk besar mana yang mendapat nilai tambah terbesar. Untuk lebih jelasnya kerangka pikir dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir

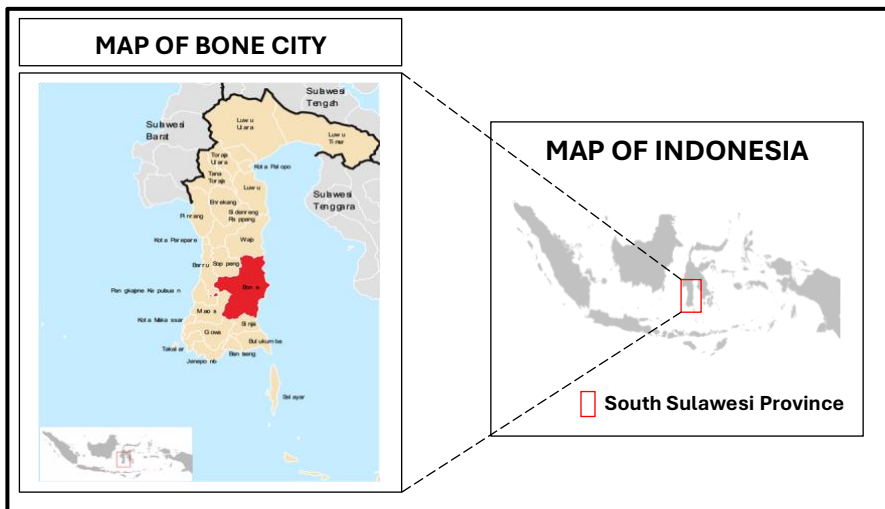
Alur penelitian dimulai dengan menjelaskan, mendeskripsikan, serta memetakan seluruh rantai nilai penggilingan beras, yang mencakup pelaku rantai nilai, aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi. Setelah pemetaan tersebut, penelitian dilanjutkan dengan analisis distribusi nilai tambah pada setiap produk yang dihasilkan dalam rantai nilai tersebut. Aktivitas yang dikaji dalam penelitian ini yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung rantai nilai pada Pabrik Beras SI. Hasil dari analisis deskriptif memberikan gambaran kondisi setiap rantai, serta nilai tambah yang diperoleh oleh para pelaku rantai nilai. Dengan demikian, aktivitas rantai nilai dapat dideskripsikan dan nilai keuntungan yang diperoleh masing-masing pelaku dalam rantai nilai komoditas beras di PB. SI Kabupaten Bone dapat dianalisis.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PB. SI Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan. Penentuan lokasi penelitian ditentukan menggunakan *purposive sampling* (secara sengaja) dengan mempertimbangkan bahwa daerah tersebut merupakan daerah pengembangan pengolahan Beras di Kabupaten Bone dan mempunyai potensi dalam menaikkan nilai tambah Komoditi Beras. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September 2024. Lokasi penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Lokasi Penelitian

2.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan pengambilan sampel populasi dan penentuan sampel pada penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan dua tahap, dimana tahap pertama adalah menggunakan metode *purposive sampling* dimana penentuan informan melalui pertimbangan atau kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* pada penelitian ini digunakan untuk menentukan jumlah informan yang terlibat dalam rantai nilai beras. Hal ini disebabkan karena jumlah petani yang cukup banyak dan juga memiliki kriteria tertentu yang serupa sehingga penentuan responden dilakukan secara sengaja terutama memilih responden yang bersedia untuk di wawancara. Secara keseluruhan, responden dalam penelitian ini terdiri dari petani dan pedagang pengumpul.

Tahap kedua adalah menggunakan *snowball sampling*, Teknik pengambilan informan *snowball* mengimplikasikan jumlah informan yang semakin membesar

seiring dengan berjalannya waktu pengamatan. Pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*, merupakan metode jika populasi pada penelitian sulit dijangkau (Parker, 2019). Teknik pemilihan sampel (subjek penelitian atau informan) diawali dengan menetapkan satu informan kunci (*key person*), untuk kemudian pemilihan sampel-sampel yang berikutnya tergantung pada informan kunci tersebut (Irianto dan Totok, 2010).

2.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh dari hasil observasi dan bilangan-bilangan berdasarkan hasil kuesioner. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran & Bougie (2020) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden untuk tujuan penelitian, melalui metode seperti survei, wawancara, atau eksperimen. Penelitian ini menggunakan data primer karena data yang diperlukan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari responden melalui pengisian kuesioner.

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, melainkan melalui sumber lain seperti dokumen, laporan, publikasi resmi, jurnal ilmiah, atau data instansi yang terkait dengan penelitian. Data ini digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2020; Hair *et al.*, 2020).

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi yaitu teknik yang digunakan sebagai pelengkap data dan untuk melihat serta mencermati secara langsung tempat yang akan diteliti.
2. Interview yaitu wawancara langsung yang dilakukan oleh pewawancara kepada wawancara (narasumber) untuk memperoleh informasi. Wawancara ini menanyakan tentang pengalaman tentang apa yang dikerjakan informan, pengetahuan dan fakta-fakta, serta pendapat tentang sesuatu yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu rantai nilai komoditi beras. Agar proses wawancara tidak keluar dari konteks penelitian, maka peneliti menggunakan daftar pertanyaan yang terperinci.
3. Dokumentasi yaitu data penelitian yang meliputi arsip atau dokumen rantai beras, hasil wawancara dengan informan dan foto kegiatan penelitian.

2.5 Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari pengumpulan data yang telah dilakukan. Hasil dari analisis data nantinya akan menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan hasil dari data yang telah diperoleh dalam bentuk uraian, gambar, tabel, grafik, maupun data statistik lainnya.

Pada penelitian ini, analisis statistik deskriptif akan digunakan untuk mendeskripsikan gambaran umum lokasi penelitian, gambaran umum PB. SI, karakteristik responden dan aktivitas yang dilakukan oleh para pelaku yang terlibat dalam rantai nilai komoditas beras di PB. SI. Selain itu analisis statistik deskriptif juga digunakan untuk mendeskripsikan lingkungan internal dan eksternal PB. SI.

2.5.2 Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*)

Analisis rantai nilai dilakukan untuk mengetahui para pelaku dan aktivitas yang dilakukan sepanjang rantai nilai komoditas beras. Selain itu analisis rantai nilai juga dapat digunakan untuk mengetahui margin keuntungan petani dan lembaga pemasaran komoditas beras.

Analisis rantai nilai digunakan untuk menjawab tujuan penelitian. Sesuai dengan batasan masalah yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, metode analisis rantai nilai yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua tahap yaitu *the point of entry for value chain* dan *mapping value chains* (Kaplinsky dan Morris, 2000).

a. *The Point of Entry for Value Chain*

Tahap ini dilakukan dengan mengidentifikasi pelaku utama pada titik masuk dalam suatu rantai nilai. Tahapan ini mendeskripsikan aktivitas dan jaringan yang dilakukan oleh masing-masing pelaku rantai nilai komoditas beras.

Pada rantai nilai komoditas beras di PB. SI, titik masuk awal dimulai dari PB. sebagai ritel yang akan memberikan informasi selanjutnya terkait pelaku-pelaku sebelum dan setelahnya hingga ke konsumen akhir. PB. SI akan berperan sebagai inti dalam rantai pasok komoditas beras yang akan diteliti, dimana identifikasi pelaku lainnya dilakukan secara *backward* (ke arah hulu) hingga ke produsen dan *forward* (ke arah hilir) menuju konsumen akhir.

b. *Mapping Value Chains*

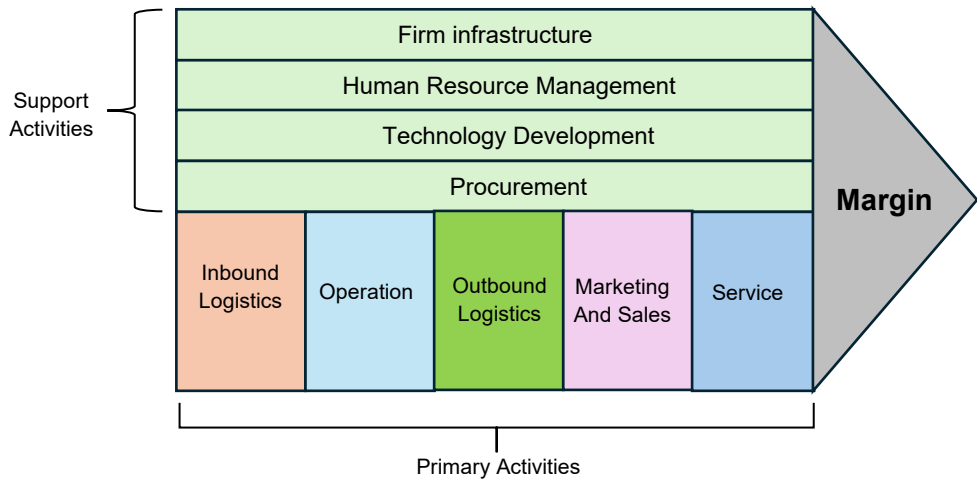
Tahap ini berupa pemetaan pelaku pemasaran komoditas beras berdasarkan fungsinya yang terlibat dalam rantai nilai. Pemetaan pelaku dan aktivitas pemasaran serta pemasukan nilai *output* dalam rantai nilai berfungsi untuk mengetahui nilai margin keuntungan yang diperoleh masing-masing pelaku pada rantai nilai komoditas beras PB. SI.

Pemetaan rantai nilai juga digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas yang memiliki potensi pencipta nilai dalam rantai nilai beras di PB. SI yang dapat ditingkatkan untuk mendukung keunggulan bersaing PB. SI dibanding pesaingnya. Perhitungannya dapat dilakukan dengan menyusun tabel yang menunjukkan kemampuan atau kinerja suatu aktivitas dalam bentuk pembobotan dan penilaian

dalam bentuk angka. Pengisian bobot dan nilai dilakukan dengan wawancara dengan pemilik PB. SI sesuai dengan kondisi internal PB. masing-masing. Hasil yang akan diperoleh berupa skor (bobot dikali nilai) yang menunjukkan aktivitas tertinggi dan aktivitas terendah dalam rantai nilai.

Analisis rantai nilai menurut *Porter* adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Sifat dari rantai nilai itu sendiri memiliki perbedaan tergantung dari jenis industri dari perusahaan tersebut. Aktivitas yang berbeda biasanya terdapat di aktivitas sekunder yang menjadi pelengkap di aktivitas primer dikarenakan terdapat beberapa variasi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dengan menggunakan analisis rantai nilai merupakan cara yang tepat untuk mengetahui dimana letak *value* yang diberikan perusahaan kepada para konsumennya. Aktivitas utama dalam rantai nilai meliputi lima komponen utama yang saling terintegrasi, yaitu: logistik masuk (*inbound logistics*) yang mencakup aktivitas penerimaan, penyimpanan, dan distribusi bahan baku; operasi (*operations*), yakni kegiatan yang mengubah input menjadi produk akhir; logistik keluar (*outbound logistic*) yang berkaitan dengan penyimpanan produk akhir dan pengirimannya kepada pelanggan; pemasaran dan penjualan (*marketing and sales*) untuk menarik pelanggan dan menghasilkan penjualan; serta layanan purna jual (*service*) yang mencakup semua aktivitas guna meningkatkan atau mempertahankan nilai produk setelah pembelian (Hitt *et al.*, 2020).

Aktivitas utama adalah aktivitas yang terlibat dalam penciptaan fisik produk, pemasaran dan transfer ke pembeli, serta layanan purna jual. Aktivitas pendukung adalah aktivitas yang membantu perusahaan secara keseluruhan dengan menyediakan infrastruktur atau input yang memungkinkan aktivitas-aktivitas utama dilakukan secara berkelanjutan.



Gambar 3. Value Chain Analisis

2.8 Batasan Operasional

Ruang Lingkup dalam penelitian ini terbatas pada sampel penelitian di wilayah Kabupaten Bone, petani yang menjadi informan awal adalah pelaku yang terlibat dalam proses rantai nilai beras yang dianggap memiliki pengetahuan lebih tentang objek penelitian. Batasan operasional pada penelitian ini mencakup sebagai berikut.

1. Petani pada penelitian ini memproduksi hasil panen disatu tempat kemudian disortir, ditimbang dan dikemas (Kg) (Kusmawati *et al.*, 2017).
2. Pedagang besar adalah orang yang membeli barang dalam jumlah besar yang dibeli dari produsen kemudian disalurkan ke pengecer (Kusmawati *et al.*, 2017).
3. Nilai tambah adalah penambahan nilai dari suatu komoditas melalui proses produksi dengan satuan rupiah (Rp) (Marimin *et al.*, 2010).
4. Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran produk (Rp) (Khaswarina *et al.*, 2019).
5. Keuntungan adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran dari masing-masing tingkatan lembaga pemasaran (Rp/Kg) (Khaswarina *et al.*, 2019).