

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN GABAH DI DESA SELOPURO KECAMATAN SELOPURO KABUPATEN BLITAR**Adi Supriono¹, Zainul Arifin²**¹ Universitas Islam Malangemail: adisupriono485@gmail.com² Universitas Islam Malangemail: zainul.arifin@unisma.ac.id**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the efficiency of grain marketing and to know the grain marketing channels. The research location was carried out deliberately in Selopuro Village, Selopuro District, Blitar Regency. Determination of the sample using simple random sampling method for farmers and to determine the respondents marketing agencies using snow ball sampling. The data analysis method used in this study is to use descriptive analysis method to identify descriptions of marketing channels and marketing efficiency. The results of this study indicate that, in Selopuro Village, there are two marketing channels. The marketing channel I has a total marketing cost of Rp. 2,854.5/kg, marketing margin of Rp. 7,310/kg and a marketing profit of Rp. 4455.5/kg. In marketing channel II, the total marketing cost is Rp. 3,415.25/kg, marketing margin of Rp. 7,835/kg and a marketing profit of Rp. 4,418.75/kg.

Keywords: *Paddy, Eficiency, Marketing***ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efisiensi pemasaran gabah serta mengetahui saluran pemasaran gabah. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar. Penentuan sampel menggunakan metode simple random sampling untuk petani dan untuk menentukan responden lembaga pemasaran menggunakan snow ball sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengidentifikasi gambaran mengenai saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, di Desa Selopuro terdapat dua saluran pemasaran. Pada saluran pemasaran I memiliki total biaya pemasaran Rp. 2.854,5/kg, margin pemasaran Rp. 7.310/kg dan keuntungan pemasaran Rp. 4.455,5/kg. Pada saluran pemasaran II besarnya total biaya pemasaran Rp. 3.415,25/kg, margin pemasaran Rp. 7.835/kg dan keuntungan pemasaran Rp. 4.418,75/kg.

Kata Kunci: *Gabah, Efisiensi, Pemasaran*

PENDAHULUAN

Beras merupakan salah satu makanan terpenting di Indonesia yang dihasilkan oleh tanaman padi. Hal tersebut terjadi karena beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Petani menggunakan padi yang diolah menjadi beras untuk dikonsumsi sendiri dan dijual untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Selain itu, padi juga berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena merupakan salah satu sumber pendapatan dan tenaga kerja bagi perekonomian Indonesia dan sebagian besar penduduknya bergantung pada sektor pertanian. Mengingat pentingnya komoditas padi, maka pengembangan komoditas tersebut tetap menjadi prioritas utama pembangunan pertanian khususnya tanaman pangan. (Putria, 2022)

Sebagai komoditas pertanian yang strategis, padi ditanam secara serentak dalam satu musim. Hal ini menyebabkan produksi padi selama musim panen meningkat, sedangkan permintaan cenderung tetap sama sehingga *suplay* produk padi yang tinggi menyebabkan turunnya harga padi. Masalah utama yang dihadapi yakni rendahnya harga jual yang dirasakan ditingkat petani. Kondisi tersebut dikarenakan kebiasaan petani dalam menjual gabah masih berupa gabah kering pasca panen sedangkan harga jual padi tinggi pada kondisi produk telah menjadi beras. Hal tersebut juga dirasakan oleh petani padi di Desa Selopuro Kabupaten Blitar. Luas panen di Kabupaten Blitar pada tahun 2020 sebesar 1,75 juta hektar, meningkat 51.950 hektar atau 3,05% dari 1,7 juta hektar pada tahun 2019. Produksi beras tahun 2020 sebesar 9,94 juta ton gabah kering giling (GKG), meningkat 363.600 ton atau 3,79% dari 9,58 juta ton GKG tahun 2019.

Umumnya petani padi di daerah Selopuro menjualkan padi yang diproduksi dalam bentuk gabah kering yang mana harganya masih rendah. Pada kenyataannya, kegiatan pengolahan lanjutan dilakukan oleh pabrik penggilingan di daerah tersebut dan tengkulak. Sehingga keuntungan sebagai akibat perlakuan yang menimbulkan nilai tambah dirasakan oleh produsen penggilingan maupun tengkulak. Dengan kata lain, agar petani dapat menikmati nilai tambah dari pemasaran padi maka petani harus bisa mengatasi kendala mengenai sistem penjualan dan bentuk kering yang dijual maupun sistem pemasaran yang dilakukan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mengenai efisiensi pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.

METODE PENELITIAN

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis kualitatif dan metode analisis kuantitatif. Metode analisis kualitatif digunakan dalam menjelaskan saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro sedangkan metode analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran gabah. Tempat penelitian adalah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar selama satu bulan terhitung dari bulan Desember 2022 sampai Januari 2023. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan dasar pertimbangan di lokasi tersebut merupakan daerah produksi padi di Kabupaten Blitar. Populasi dalam penelitian yakni sejumlah 1985 petani padi yang kemudian diambil sejumlah 100 sampel untuk digunakan dalam penelitian. Sedangkan pedagang tengkulak, pedagang besar dan pedagang kecil diambil dengan menggunakan teknik *snow ball sampling*.

Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Sumber data primer terdiri dari kuesioner dan wawancara dengan petani padi yang sebelumnya telah membuat daftar pertanyaan. Data sekunder dikumpulkan melalui artikel, buku, dan karya terbitan lainnya. Analisis saluran pemasaran dilakukan dengan cara deskriptif untuk menggambarkan pola atau

saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro Kabupaten Blitar sedangkan untuk mengetahui efisiensi pemasaran maka menggunakan perhitungan sebagai berikut:

1. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran (EP) di analisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sudiyono, 2002):

$$EP = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran (BP)}}{\text{Total Nilai Produk (NP)}} \times 100\%$$

Dengan kriteria:

EP sebesar < 50% maka saluran pemasaran dikatakan efisien

EP sebesar > 50% maka saluran pemasaran dikatakan kurang efisien

2. Integrasi Pasar

Analisis ini digunakan untuk melihat tingkat persaingan dengan menggunakan analisis

Integrasi Vertikal sebagai berikut:

$$P_i = a + b P_j$$

Dimana:

P_j = harga pada lembaga pemasaran ke -i+1

P_i = harga pada lembaga pemasaran ke -1

3. Elastisitas Transmisi Harga

Untuk melihat hubungan elastisitas transmisi harga ditingkat konsumen dengan elastisitas transmisi harga ditingkat produsen, maka digunakan rumus:

$$\eta = \frac{1}{1 - b} \cdot \frac{P_f}{P_r}$$

Keterangan:

η : elastisitas transmisi harga

P_f : harga di tingkat produsen

P_r : harga di tingkat pengecer

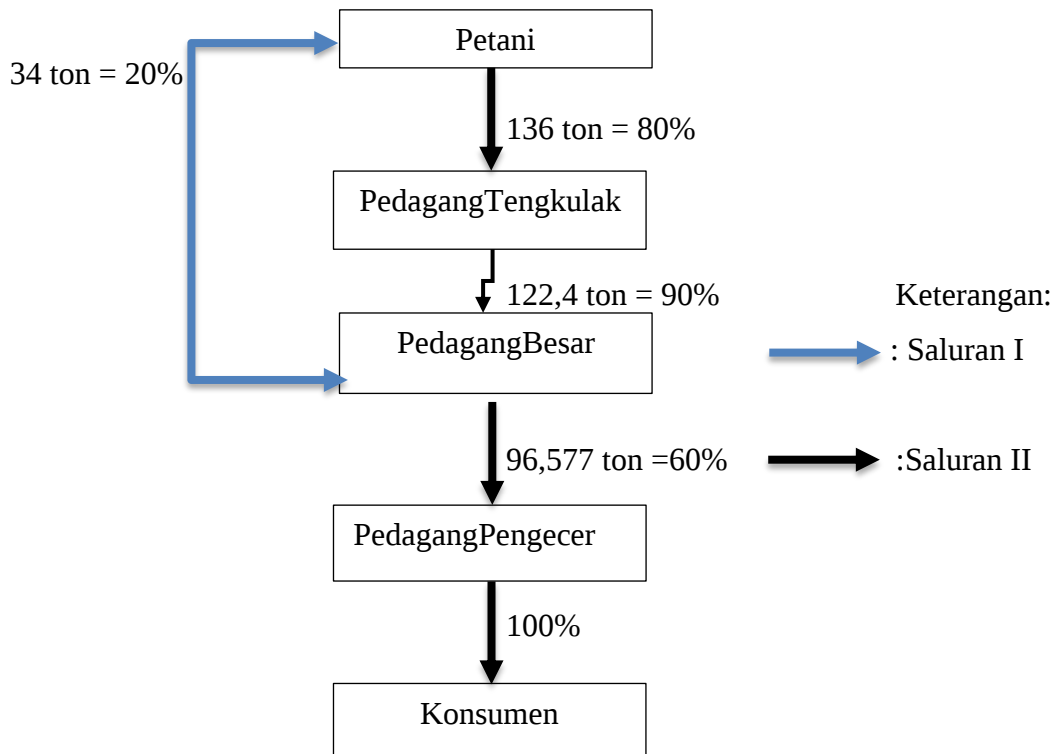
HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Gabah

Pemaparan data saluran pemasaran yang terdiri dari 2 saluran pemasaran yang terdapat di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar yaitu:

1. Petani – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen
2. Petani – pedagang Tengkulak – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen.

Secara lengkap dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Saluran Pemasaran Gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar

Efisiensi Pemasaran Gabah

Perolehan hasil efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Efisiensi Saluran Pemasaran di Desa Selopuro

No.	Saluran pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Akhir Produk (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
1	I	2.854,5	12.050	23,68
2	II	3.415,25	12.100	28,22

Sumber: Analisis Data Primer (diolah) 2023

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa dari kedua saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar saluran ke I merupakan saluran yang paling efisien. Hal ini dilihat berdasarkan pengukuran efisiensi pemasaran dimana dari segi biaya pemasaran, saluran ke I menjadi saluran dengan biaya pemasaran terendah yaitu sebesar Rp.2.854,5/kg dengan nilai akhir produk sebesar Rp.12.050/kg dan saluran II dengan biaya sebesar Rp.3.415,25/kg dengan nilai akhir produk sebesar Rp.12.100/kg

Dilihat dari segi margin pemasaran saluran I margin pemasaran Rp.7.310 dan saluran II Rp.7.835. semakin kecil margin pemasaran yang ada, maka semakin efisien pemasaran tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Hanafie, 2010), semakin besar margin pemasaran maka semakin tidak efisiensi pemasaran tersebut dan sebaliknya apabila semakin kecil margin pemasaran yang dijalankan maka semakin efisien suatu saluran pemasaran tersebut.

Sedangkan nilai efisiensi yang diperoleh dari saluran I yaitu 23,48% dan saluran II yaitu 28,22%. Menurut (Soekartawi, 1993), kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran ini adalah jika $EP < 50\%$ maka efisien dan $EP > 50\%$ maka tidak efisien. Kedua saluran dikategorikan tidak efisien karena kedua saluran memiliki nilai efisiensi $EP > 50\%$ yang menyatakan bahwa pemasaran akan semakin efisien apabila nilai Efisiensi Pemasaran (EP) semakin kecil. Namun dari kedua saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar saluran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena nilai EP lebih kecil dari nilai EP saluran II.

Integritas Pasar

Integritas pasar merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran integritas pasar juga berguna untuk melihat apakah setiap saluran pemasaran berpengaruh atau tidak selain itu. Integritas pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan akan menyebabkan terjadinya perubahan harga pada pasar pengikutnya dan untuk menjawab tujuan penelitian lebih detail dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Integritas Pasar

No.	Jenis Saluran Pemasaran	Persamaan regresi	T- Hitung	Keterangan
1	Saluran Pemasaran 1 a. Uji regresi	$HJP S1 = 11.042 + -001 HJPB$	-15,336 (0,000)	Berpengaruh
		$HJPB S1 = 12366.667 + -133 HJPC$	-0,717 (0,482)	Tidak Berpengaruh
		$HJP S1 = 3828 + 7778E-5 HJPC$	0,690 (0,499)	Tidak Berpengaruh
2	Saluran Pemasaran 2 a. Uji regresi	$HJP S2 = 3841 + 8247E-5 HJPT$	0,562 (0,576)	Tidak Berpengaruh
		$HJPT S2 = 7387 + -231 HJPB$	-1,772 (0,080)	Tidak Berpengaruh
		$HJPB S2 = 1098125 + 000 HJPC$	0,000 (1,000)	Tidak Berpengaruh
		$HJP S2 = 3289 + 8889E-5 HJPB$	0,515 (0,608)	Tidak Bepengaruh
		$HJP S2 = 4341 + -6250E-6 HJPC$	-0,100 (0,921)	Tidak Berpengaruh
		$HJPT = 6004688 + -072 HJPC$	-1,510 (0,135)	Tidak Berpengaruh

Sumber: Analisis Data Primer (diolah) 2023

Keterangan :

HJP : Harga Jual Petani

HJBT : Harga Jual Pedagang Tengkulak

HJPB : Harga Jual Pedagang Besar

HJPC : Harga Jual Pedagang Pengecer

Berdasarkan hasil analisis tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a. Dari analisis integritas pasar pada saluran pemasaran I, diperoleh 3 persamaan yaitu 1). Harga jual petani terhadap harga jual pedagang besar, 2). Harga jual pedagang besar terhadap harga jual pedagang pengecer, 3). Harga jual petani terhadap harga jual pedagang pengecer. Hasil analisis regresi pada persamaan ke-1 diperoleh nilai uji t yaitu -15.336 dengan nilai sig = 0,000. Nilai sig < 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh nyata antara harga gabah di tingkat petani. Besarnya koefisien regresi diperoleh adalah -0,001 dapat diartikan bahwa harga gabah di tingkat pedagang besar naik Rp 1 maka harga jual gabah akan turun ditingkat petani sebesar Rp -001. Sedangkan pada persamaan ke-2 diperoleh nilai uji-t -0,717 dengan nilai sig = 0,482. Nilai sig > 0,05, maka hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga jual pedagang besar terhadap pedagang pengecer. Besarnya koefisien regresi yang diperoleh adalah -133 dapat diartikan bahwa jika harga gabah ditingkat pedagang pengecer naik Rp1, maka akan turun harga ditingkat pedagang besar Rp-133. Dan pada persamaan ke-3 diperoleh uji-t yaitu 0,690 dengan nilai sig = 0,499. Nilai sig > 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga beras di tingkat pedagang pengecer terhadap harga gabah di tingkat petani. Besarnya koefisien regresi yang diperoleh 7778 dapat diartikan bahwa jika harga beras di pedagang pengecer naik Rp. 1 maka akan diikuti kenaikan ditingkat petani sebesar Rp7.778.
- b. Dari analisis integritas pasar pada saluran pemasaran II, diperoleh 6 persamaan yaitu 1. Harga jual petani terhadap pedagang tengkulak, 2. Harga jual pedagang tengkulak terhadap pedagang besar, 3. Harga jual pedagang besar terhadap pedagang pengecer 4. Harga jual petani terhadap pedagang besar, 5. Harga jual petani terhadap pedagang pengecer, 6. Harga jual pedagang tengkulak terhadap pedagang pengecer. Hasil regresi pada persamaan ke-1 di peroleh nilai uji-t yaitu 0,562 dengan nilai sig = 0,576. Nilai sig > 0,05, maka hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga jual petani terhadap pedagang tengkulak. Besarnya koefisien regresi yang diperoleh adalah 8427 dapat diartikan bahwa jika harga gabah ditingkat pedagang tengkulak naik Rp1, maka akan diikuti kenaikan harga ditingkat petani Rp 8.247. Hasil regresi pada persamaan ke-2 di peroleh nilai uji-t yaitu -1,772 dengan nilai sig = 0,08. Nilai sig > 0,05, maka hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga jual pedagang tengkulak terhadap pedagang besar. Besarnya koefisien regresi yang diperoleh adalah -231 dapat diartikan bahwa jika harga gabah ditingkat pedagang tengkulak naik Rp1, maka akan turun harga ditingkat pedagang tengkulak Rp-231. Ke-3 di peroleh nilai uji-t yaitu 0,000 dengan nilai sig = 1,000. Nilai sig > 0,05, maka hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga jual pedagang besar terhadap pedagang pengecer. Besarnya koefisien regresi yang diperoleh adalah 000 dapat diartikan bahwa jika harga gabah ditingkat pedagang pengecer naik Rp1, maka akan turun harga ditingkat pedagang besar Rp 000. Ke-4 di peroleh nilai uji-t yaitu 0,515 dengan nilai sig = 0,608. Nilai sig > 0,05, maka hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga jual petani terhadap pedagang besar. Besarnya koefisien regresi yang diperoleh adalah 8889 dapat diartikan bahwa jika harga gabah ditingkat pedagang besar naik Rp1, maka akan diikuti kenaikan harga ditingkat

pedagang besar Rp8.889. Ke-5 di peroleh nilai uji-t yaitu -0,100 dengan nilai sig = 0,921. Nilai sig > 0,05, maka hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga jual petani terhadap pedagang pengecer. Besarnya koefisien regresi yang diperoleh adalah -6250 dapat diartikan bahwa jika harga gabah ditingkat pedagang besar naik Rp1, maka akan diikuti kenaikan harga ditingkat pedagang besar Rp -6.250. Ke-6 di peroleh nilai uji-t yaitu -1,510 dengan nilai sig = 0,135. Nilai sig > 0,05, maka hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga jual pedagang tengkulak terhadap pedagang pengecer. Besarnya koefisien regresi yang diperoleh adalah -072 dapat diartikan bahwa jika harga gabah ditingkat pedagang besar naik Rp1, maka akan diikuti kenaikan harga ditingkat pedagang besar Rp -072.

Elastisitas Transmisi Harga

Analisis transmisi harga adalah analisis yang dapat menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga barang di satu tingkat pasar terhadap perubahan harga barang tersebut ditingkat pasar lainnya (Ika, 2019). Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan (E_t) = 0,379 dimana nilai tersebut < 1 ($E_t < 1$) yang diartikan bahwa jika harga beras naik 1% di tingkat pedagang pengecer maka akan meningkatkan harga produsen sebesar 0,379%. Nilai $E_t < 1$ menunjukkan bahwa harga pemasaran gabah di desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar belum efisien. Dari hasil analisis di peroleh t-hitung = -0,883 dan sig = 0,379 sehingga dapat menyimpulkan jika harga di tingkat pedagang pengecer naik Rp1 maka akan turun harga di tingkatan petani. Sehingga dapat disimpulkan jika $b < 1$: berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat produsen. Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tata niaga adalah bersaing tidak sempurna, yaitu terdapat kekuatan pasar monopsoni.

Dari kedua saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar, saluran 1 efisien. Sedangkan saluran II belum efisien atau tidak berpengaruh nyata dikarenakan efisiensi saluran pemasaran selain dilihat dari panjang pendeknya saluran pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen semakin kecil, sehingga saluran pemasaran tersebut tidak efisien. Dari hasil analisis efisiensi pemasaran dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima, yaitu pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar belum efisien. Karena prosentase keuntungan yang diterima petani relative sedikit dari biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Saluran pemasaran Gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar terdapat dua saluran yaitu:
 - a. Saluran pemasaran I Petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen.
 - b. Saluran pemasaran II Petani → Pedagang Tengkulak → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen
2. Dari hasil analisis efisiensi pemasaran di dapatkan bahwa dalam integritas pasar saluran I terdapat berpengaruh yang dimana antara petani dan pedagang besar akan tetapi pada saluran II tidak terdapat pengaruh antara harga di tingkat petani dan ditingkat selanjutnya. Dari hasil analisis elastisitas transmisi harga didapatkan bahwa saluran pemasaran ini menggunakan sistem pasar monopsoni.

Saran

Dalam meningkatkan harga jual gabah petani juga harus meningkatkan kualitas padi, semakin bagus kualitas padi maka harga jualnya akan tinggi sebaliknya kualitas gabah yang kurang bagus maka harga jual gabah akan rendah. Meningkatkan kualitas padi dengan cara melakukan penanganan pasca panen padi dengan benar. Padi harus diolah langsung karena padi yang sifatnya harus segera ditangani untuk meningkatkan mutu hasil agar mempunyai daya simpan dan daya guna yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanafie, R. (2010). *pengantar ekonomi pertanian* (R. Fiva (ed.); 1st ed.). 2010.
- Ika, R. (2019). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Dan Elastisitas Transmisi Harga Pada Komoditas Jambu Biji Merah Dari Desa Bulukerto, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. *Faculty of Agriculture and Animal Husbandry , Department of Agribusiness*. <https://eprints.umm.ac.id/56528/>
- Putria, A. D. E. (2022). *Analisis saluran pemasaran padi di kecamatan kaway xvi kabupaten aceh barat*.
- Soekartawi. (1993). *Prinsip dasar ekonomi pertanian : teori dan aplikasi / Soekartawi* (3rd ed.).
- Sudiyono, A. (2002). *PEMASARAN PERTANIAN*. <http://opac.lib.unlam.ac.id/id/opac/detail.php?q1=658&q2=ARM&q3=P&q4=979-3021-12-8>