

**ANALISISI EFISIENSI USAHATANI PADI DAN EFISIENSI
PEMASARAN PADI/BERAS DI DESA AMBULU KECAMATAN
SUMBERASIH KABUPATEN PROBOLINGGO**

Driki Nugroho

Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam
Malang

Email : drikiazza@gmail.com

Abstract

This reseach aims to determine the efficiency of rice farming, how many marketing channels and marketing efficiency of rice / rice in Ambulu village, Sumberasih sub-district, probolinggo district. Determination of the location of the study was carried out by purposive (intentionally) in Ambulu Village, Sumberasih Subdistrict, Probolinggo district. The samples determinet 40 rice farmers and 13 marketing institutions using proportional random sampling and snow ball sampling methods. Data analysis methods are R / C ratio analysis, margin analysis, farmer's share, market integration and price transmission elasticity using simple regression. The results showed that rice farming in Ambulu village was efficient, there were 2 marketing channels, and marketing in Ambulu Village was not efficient.

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi usahatani padi, seberapa banyak saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran padi/beras di Desa Ambulu kecamatan sumberasih kabupaten probolinggo. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive (sengaja) di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. Sample ditentukam sebanyak 40 petani padi dan 13 lembaga pemasaran dengan menggunakan metode proporsional random sampling dan snow ball sampling. Metode analisis data adalah analisis R/C ratio, analisa margin, farmer's share, elastisitas transmisi dan integrasi pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani padi di desa Ambulu sudah efisien, terdapat 2 Saluran pemasaran, dan pemasaran pada Desa ambulu belum efisien.

PENDAHULUAN

Padi merupakan makanan pokok yang disukai masyarakat indonesia, hal tersebut dapat dilihat melalui adanya sebuah konsumsi masyarakat Indonesia yang tinggi terhadap padi melalui pengeluaran rata-rata pada tiap tiap bulannya. dapat ditunjukkan oleh data BPS melalui tahun 2017 pengeluaran penduduk Indonesia untuk konsumsi, (padi-padian) 5,93%, ikan 3,91%, daging 4,60%, telur dan susu 2,83%, umbi-umbian 0,51%, sayur-sayuran 4,09%, buahh-buahan 2,20%, kacang-

kacangan 1,09%, dan lain-lain 74,84%. Dimana total pengeluaran konsumsi makanan per kapita pada tiap tahunnya. Dari hal tersebut ditunjukkan dimana penduduk Indonesia masih menjadikan padi sebagai makanan utama dalam konsumsi pangan pokoknya.

Jika dilihat dari data BPS 2015 menunjukkan bahwa produksi padi terbesar di Indonesia berada di provinsi Jawa Timur dengan total produksi padi sebanyak 13.154,967 (Ton), dan kabupaten Probolinggo merupakan tempat yang menyumbang produksi padi di Jawa Timur sebanyak 262,427 Ton (BPS 2017).

Probolinggo sebagai salah satu kabupaten yang memproduksi padi pastinya. Upaya agar Kabupaten Probolinggo selalu menjadi kabupaten yang memproduksi padi diantaranya dengan menjaga agar insentif dari usahatani ini cukup menarik bagi petani padi, supaya mereka tidak memiliki sebuah rencana untuk meninggalkan usahatani ini.

Petani di Desa Ambulu memiliki keinginan untuk menjalankan usahatani padi berdasarkan keuntungan yang dihasilkan, dari ketidakstabilan harga hingga panjangnya saluran pemasaran menjadikan sebuah permasalahan terhadap keuntungan yang diterima petani. Sementara harga padi terbentuk dari rangkaian proses tataniaga dari produsen hingga konsumen akhir didalam sistem pemasaran. Hal ini menjadikan aspek pemasaran padi sebagai kegiatan yang penting dalam penentuan pendapatan petani.

Berdasarkan uraian diatas dikarenakan wilayah tersebut merupakan salah satu kabupaten yang menyumbang produksi padi dan pendapatan usahatani padi dipengaruhi oleh harga yang terbentuk pada suatu pemasaran. Sehingga peneliti ingin mengetahui efisiensi usahatani padi dan efisiensi pemasaran padi/beras yang ada di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: 1). Untuk mengetahui efisiensi usahatani padi/beras di Desa Ambulu, 2). Untuk mengetahui berapa banyak saluran pemasaran padi/beras di Desa Ambulu, 3). Untuk mengetahui efisiensi pemasaran padi/beras di Desa Ambulu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 29 April – 18 Mei 2019. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan secara sengaja (purposive) yang berdasarkan pada lokasi tersebut merupakan desa yang membudidayakan padi sawah. Untuk pengambilan sample menggunakan metode slovin dan diambil sebanyak 40 petani responden padi sawah. Teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Metode analisis yang digunakan yaitu R/C Ratio untuk mengetahui efisiensi usahatani padi sawah. Sedangkan untuk mengetahui efisien pemasaran menggunakan presentase efisiensi margin, farmer share, integrasi pasar dan elastisitas transmisi harga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keadaan Umum Desa Ambulu

Desa Ambulu merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. Secara geografis Desa Ambulu memiliki luas 1.790 M² dengan sector pertanian seluas 1.400 M² serta jumlah penduduk 3.843 jiwa yang mayoritas bekerja disektor pertanian. Desa Ambulu termasuk dalam dataran rendah dengan ketinggian kisaran 100-700 mdpl. Adapun batasan wilayah Desa Ambulu adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Selatan : Desa Sumberbendo
- b. Sebelah Barat : Desa Sumendi
- c. Sebelah Timur : Desa Mentor
- d. Sebelah Utara : Desa Banjarsari

Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo terbagi menjadi 5 dusun yang terdiri dari dusun loginawi satu sampai loginawi lima, Desa Ambulu memiliki jumlah 1.201 kepala keluarga dengan perbagian laki-laki berjumlah 1.857 dan perempuan berjumlah 1.986.

2. Analisis Penerimaan, Pendapatan dan R/C Ratio

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata produksi petani padi sebesar 4.499 dengan harga jual 3.596/Kg dan rata-rata penerimaan petani sebesar Rp.16.165.615/Ha/MT dengan total biaya rata-rata sebesar Rp 9.122.487/Ha/MT dengan pendapatan rata-rata petani Rp 7.043.029/Ha/MT dan nilai R/C ratio sebesar 1,77.

3. Saluran Pemasaran

Desa Ambulu memiliki dua saluran pemasaran yaitu, rantai pemasaran satu : petani – pedagang besar – pedagang pengecer,

Sedangkan saluran pemasaran dua : petani – tengkulak – pedagang besar – pedagang grosir – pedagang pengecer – konsumen akhir.

4. Analisis Margin pemasaran, Distribusi margin, share dan π/c Keuntungan Padi/Beras di Desa Ambulu Kacamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo

1. Petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen akhir.

Total margin pemasaran sebesar Rp.5.100 margin pemasaran tersebut kemudian distribusikan pada biaya fungsi-fungsi pemasaran hingga keuntungan dari pedagang besar. Besarnya margin pemasaran yang diterima pedagang besar sebesar Rp.4.300/kg, biaya ini dikeluarkan untuk mendistribusikan margin dengan biaya tenaga kerja sebesar Rp.837/kg atau sebesar 16,4% untuk transportasi sebesar Rp.44/kg atau sebesar 1%, biaya untuk penggilingan sebesar Rp.50/kg atau 1%, biaya penyusutan padi ke beras sebesar 1.926/kg atau 38% dan biaya untuk pengemasan sebesar Rp.120 atau 2,4%. Besarnya keuntungan distribusi margin diperoleh pedagang besar sebesar 26% atau sebesar Rp.1.323/kg. Sedangkan besarnya margin pemasaran diperoleh oleh pedagang pengecer sebesar Rp.800/kg, biaya ini dikeluarkan untuk mendistribusikan margin dengan biaya

pengemasan sebesar Rp.213/kg atau 4,6% dan besarnya keuntungan distribusi margin yang diterima pedagang pengecer sebesar 11,12% atau sebesar Rp.587/kg.

Share yang diperoleh petani sebesar 41% pada harga ditingkat konsumen akhir. *Share* biaya tenaga kerja pedagang besar 9,6%, untuk transportasi sebesar 0,5%, untuk penggilingan sebesar 1%, untuk pengemasan 1,4%, untuk biaya penyusutan sebesar 22% dan *Share* keuntungan pemasaran pedagang besar sebesar 26%. Sedangkan *share* keuntungan pedagang pengecer sebesar 6,5%, dan *share* biaya yg dikeluarkan pengecer yaitu pengemasan sebesar 2,7%.

Nilai π/c yang diperoleh pedagang besar 0,44 diartikan setiap biaya yang dikeluarkannya sebanyak Rp.1,- maka menghasilkan pendapatan sebanyak Rp.0,44,- sedangkan nilai π/c yang diperoleh pedagang pengecer 2,4 diartikan setiap dikeluarkannya biaya sebesar Rp.1,- maka menghasilkan pendapatan Rp.2,4,- sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer lebih untung daripada pemasaran yang dilakukan oleh pedagang besar.

2. Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pedagang Grosir → Pedagang Pengecer → Konsumen akhir

Margin pemasaran pada rantai pemasaran 2 Rp.7.295/kg, margin pemasaran tersebut didistribusikan pada biaya, fungsi-fungsi pemasaran dan pendapatan tengkulak, pedagang besar, pedagang grosir dan pedagang pengecer. Margin pemasaran yang diterima oleh tengkulak sebesar Rp. 3.395/kg. Kemudian biaya ini dikeluarkan untuk mendistribusikan margin dengan biaya tenaga kerja pembelian sebesar Rp.32/kg atau sebesar 0,4%, tenaga kerja penjualan sebesar Rp.32/kg atau 0,4% untuk transportasi pembelian sebesar Rp.12/kg atau sebesar 0,2%, transportasi penjualan sebesar Rp.12/kg atau sebesar 0,2%, biaya untuk penggilingan sebesar Rp.50/kg atau 0,7%, biaya penyusutan padi ke beras sebesar 1.968 atau 27% dan besarnya keuntungan distribusi margin yang diterima tengkulak sebesar 18% atau sebesar Rp.1.289/kg.

Margin yang diperoleh pedagang besar sebanyak Rp. 1.190/Kg. Kemudian pedagang besar hanya mengeluarkan biaya pengemasan sebesar Rp.120/kg atau 1,6%, dan besarnya keuntungan distribusi margin yang diterima oleh pedagang besar sebesar 15% atau sebesar Rp.1.090/kg.

Margin pemasaran yang diperoleh oleh pedagang grosir sebesar Rp. 1.050/Kg. Kemudian pedagang grosir mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp.10/Kg atau 0,14% dan biaya pengemasan sebesar Rp.140/Kg atau 2% sehingga didapat keuntungan sebesar 12% atau Rp.900/Kg.

Dan yang terakhir adalah margin pemasaran yang diterima oleh pedagang pengecer sebesar Rp.1.660/Kg kemudian pedagang pengecer hanya mengeluarkan biaya pengemasan sebesar Rp.90/Kg atau 1% sehingga mendapatkan keuntungan sebesar Rp.1.570/Kg atau 12%.

Share harga yang diperoleh petani adalah sebesar 33% dari harga ditingkat konsumen akhir. *Share* biaya tenaga kerja pembelian tengkulak sebesar 0,3%, *share* biaya tenaga kerja penjualan sebesar 0,3%, untuk *share* biaya transportasi pembelian 0,1%, *share* transportasi penjualan sebesar 0,1%, untuk *share* biaya penggilingan sebesar 0,5%, *share* biaya penyusutan sebesar 18% dan *share* keuntungan yang diterima oleh tengkulak sebesar 12%. dan *share* biaya pengemasan pedagang besar adalah 1% dan sedangkan *Share* keuntungan pemasaran pedagang besar sebesar 10% dari harga beli ditingkat konsumen akhir.

Sedangkan *share* yang diterima pedagang grosir adalah *share* biaya pengemasan sebesar 1,3%, *share* transportasi 0,1% dan *share* keuntungan yang diterima pedagang grosir sebesar 8%.

Dan yang terakhir adalah *share* persen yang diterima oleh pedagang pengecer adalah untuk biaya pengemasan sebesar 1% dengan *share* keuntungan sebesar 14%.

Nilai π/c yang diperoleh tengkulak sebesar 0,61 dapat diartikan setiap biaya yang dikeluarkan sebanyak Rp.1,- akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp.0,61,- sedangkan nilai π/c yang diterima oleh pedagang besar sebesar 8,9 artinya setiap pengeluaran biaya sebesar Rp.1,- akan mendapatkan pendapatan Rp.8,9,-

Sedangkan nilai π/c yang diterima oleh pedagang grosir sebesar 6,4 artinya setiap Rp.1,- biaya yang dikeluarkan pedagang grosir maka mendapatkan pendapatan sebesar Rp.6,4, dan Nilai π/c yang diperoleh oleh pedagang pengecer sebesar 17,4 artinya setiap Rp.1,- biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer maka akan mendapatkan pendapatan sebesar Rp.17,4.

Sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh Pedagang Pengecer lebih untung dipada pemasaran yang dilakukan pedagang besar, tengkulak dan Pedagang grosir.

5. Perbandingan *Share*, Margin Pemasaran, Distribusi Margin Padi/Beras di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo

saluran pertama harga jual ditingkat petani sebanyak Rp. 3.577/Kg. Rantai pemasaran dua harga ditingkat petani Rp. 3.655/Kg. Harga jual ditingkat konsumen rantai satu Rp.8.677/kg, dan pada saluran pemasaran dua Rp.10.950/kg.

Dari ke dua saluran, pemasaran di atas dapat dilihat *Share* harga jual petani ke penerima harga ditingkat konsumen akhir yang paling besar terdapat pada saluran I (Petani – pedagang besar – Pedagang pengecer – Konsumen Akhir) yaitu sebesar 41%, sedangkan *Share* harga jual petani pada saluran II (Petani – Tengkulak – Pedagang besar – Pedagang pengecer – Konsumen akhir) sebesar 33%.

Untuk margin pemasaran saluran pemasaran I sebesar Rp.5.100, dan saluran pemasaran II sebesar Rp.7.295. dikarenakan pada saluran pemasaran II terlalu panjang sehingga didapatkan margin pemasaran yang besar dibanding pada saluran pemasaran I, sehingga *Share* harga yang diperoleh petani pada saluran I lebih besar dari pada rantai II. Dan *Share* keuntungan terbesar diperoleh pedagang besar pada saluran I dan untuk *share* keuntungan terkecil terdapat pada pedagang pengecer di saluran II.

6. Integrasi Pasar

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis integrasi pasar oleh saluran pemasaran I diperoleh 2 persamaan yaitu : Hasil analisis antara harga padi ditingkat petani dengan harga beras ditingkat pedagang besar yaitu diperoleh nilai signifikan 0,0001 dikarenakan nilai signifikan $<0,05$ maka harga padi ditingkat petani dengan harga beras ditingkat pedagang besar berpengaruh nyata. Sedangkan besarnya nilai koefisien regresi sebanyak 0,897, dimana

dapat diartikan jika harga beras pada pedagang besar meningkat banyak Rp.1 maka harga padi ditingkat petani akan naik sebesar Rp.0,897. Dapat diartikan bahwa pasar yang dihadapi kedua belah pihak bersaing tidak sempurna.

Sedangkan hasil analisis dipersamaan didapat nilai signifikan 0,0001 dikarenakan nilai signifikan $<0,05$ maka harga beras ditingkat pedagang besar dengan harga beras ditingkat pengecer berpengaruh nyata. Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,361, dimana dapat diartikan apabila harga ditingkat pedagang besar naik sebesar Rp.1 maka harga beras ditingkat pedagang pengecer naik sebesar Rp.0,361. Dapat diartikan bahwa pasar yang dihadapi kedua belah pihak bersaing tidak sempurna.

2. Berdasarkan hasil analisis integrasi pasar pada saluran pemasaran II diperoleh 4 persamaan yaitu : Hasil analisis pada persamaan 1 antara harga jual padi ditingkat petani terhadap harga jual beras ditingkat tengkulak yaitu didapat nilai signifikan 0,0001 dikarenakan nilai signifikan $<0,05$ maka harga padi ditingkat petani dengan harga beras ditingkat tengkulak berpengaruh nyata. Sedangkan besarnya nilai koefisien regresi sebesar 0,256 dimana dapat diartikan apabila harga beras ditingkat tengkulak naik sebesar Rp.1 maka harga padi ditingkat petani akan naik sebesar Rp. 0,256. Dapat diartikan bahwa pasar yang dihadapi kedua belah pihak bersaing tidak sempurna.

Hasil analisis dipersamaan 2 yaitu diperoleh nilai signifikan 0,011 dikarenakan nilai signifikan $<0,05$ maka harga beras ditingkat tengkulak dengan harga beras ditingkat pedagang besar berpengaruh nyata. Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,496, dimana dapat diartikan apabila harga ditingkat tengkulak naik sebesar Rp.1 maka harga beras ditingkat pedagang besar naik sebesar Rp.0,496. Dapat diartikan bahwa pasar yang dihadapi kedua belah pihak bersaing tidak sempurna.

Hasil analisis dipersamaan 3 yaitu diperoleh nilai signifikan 0,005 dikarenakan nilai signifikan $<0,05$ maka harga beras ditingkat pedagang besar dengan harga beras ditingkat pedagang grosir berpengaruh nyata. Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 1,210, dimana dapat diartikan apabila harga ditingkat pedagang besar naik sebesar Rp.1 maka harga beras ditingkat pedagang grosir naik sebesar Rp.1,210. Dapat diartikan bahwa pasar yang dihadapi kedua belah pihak bersaing tidak sempurna.

Hasil analisis dipersamaan 4 yaitu diperoleh nilai signifikan 0,0001 dikarenakan nilai signifikan $<0,05$ maka harga beras ditingkat Pedagang grosir dengan harga beras ditingkat pedagang pengecer berpengaruh nyata. Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,409, dimana dapat diartikan apabila harga beras ditingkat pedagang grosir naik sebesar Rp.1 maka harga beras ditingkat pedagang pengecer naik sebesar Rp.0,409. Dapat diartikan bahwa pasar yang dihadapi kedua belah pihak bersaing tidak sempurna.

Dari analisis integrasi pasar dapat disimpulkan bahwa pemasaran Padi/beras di Desa Ambulu belum efisien dikarenakan semua lembaga pemasaran masih bersaing secara tidak sempurna.

7. Elastisitas transmisi Harga.

Hasil dari elastisitas transmisi saluran I, dapat disimpulkan bahwa elastisitas transmisi ($\eta < 1$) artinya bahwa perubahan harga sebesar 1% ditingkat pedagang pengecer akan meningkatkan perubahan harga sebesar 0,644% ditingkat petani. Maka dapat diartikan sebagai persaingan tidak sempurna yaitu terdapat kekuatan oligopsoni dan artinya pemasaran belum efisien. Masing-masing pembeli memiliki peranan cukup besar untuk mempengaruhi harga atau dikatakan pasar yang dikuasai oleh beberapa pembeli.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Produksi padi di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo sebesar 4.499 Ton/Ha/Musim. Dapat diketahui bahwa penerimaan usahatani padi yaitu sebesar Rp. 16.165.516 per hektar setiap satu kali masa tanam. Sedangkan rata-rata pendapatan petani padi di Desa Ambulu sebesar Rp. 7.043.029 per hektare setiap satu kali tanam. Pada usahatani padi R/C *ratio* sebesar 1,77 dapat diartikan bahwa setiap Rp 1, biaya yang dikeluarkan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 1,77. R/C *ratio* ini menjelaskan bahwa usahatani padi pada Desa Ambulu efisien untuk dikembangkan.
2. Saluran pemasaran beras di Desa Ambulu Kec. Sumberasih Kab. Probolinggo terdapat dua saluran pemasaran adalah sebagai berikut :
 - a. Saluran pemasaran I
Petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen
 - b. Saluran pemasaran II
Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pedagang Grosir → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir.
3. Sehingga dapat diketahui efisiensi margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar 59% dan saluran pemasaran II 67%. Farmer's share pada saluran pemasaran I sebesar 41% dan pada saluran II sebesar 33%, dari nilai efisiensi margin pemasaran dan farmers share dapat diartikan bahwa pemasaran di Desa Ambulu belum efisien.
4. Dari analisis integrasi pasar dapat disimpulkan bahwa pemasaran Padi/beras di Desa Ambulu belum efisien dikarenakan semua lembaga pemasaran masih bersaing secara tidak sempurna.

Dari hasil analisis elastisitas dapat disimpulkan bahwa pemasaran padi/beras di Desa Ambulu belum efisien dikarenakan pasar yang bersaing tidak sempurna dan terdapat kekuatan oligopsoni. Masing-masing pembeli memiliki peranan cukup besar untuk mempengaruhi harga atau dikatakan pasar yang dikuasai oleh beberapa pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2017. Rata-rata pengeluaran penduduk Indonesia untuk konsumsi. (<https://www.bps.go.id/publication/download.html>.)
- BPS. 2015. Produksi padi menurut provinsi. (<https://www.bps.go.id/>).
- BPS. 2017. Produksi padi menurut kota.

(<https://jatim.bps.go.id/statictable/2018/10/31/1340/produksi-padi-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-timur-ton-2007-2017.html>)