

Analisis Pemasaran Gabah di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir
Analyze Of Rice Marketing At Sub - District Of Kubu District Of Rokan Hilir

Awaluddin¹, Ahmad Rifai² dan Evy Maharani²

Program Studi Agribisnis, Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Riau, Kode Pos 28293, Pekanbaru
Email :Awaluddinudin123@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to: (1) Know the channel and function of rice marketing in Kubu Rokan Hilir District. (2) Analyze cost, margin, and efficiency of rice marketing in Kubu sub district Rokan Hilir District. This research was conducted by survey method with the help of quisioner to interact with sample and sampling take 20 samples of farmers and buyers of rice. Data analysis using Snowball Sampling. The results showed that the rice marketing channel in Kubu sub-district only had one marketing channel from farmers to big traders to RMU (Tebing Tinggi). The function of rice marketing in Kubu Sub-district was done by marketing institutions such as farmers, Collecting traders, Big trader and RMU Tebing Tinggi which includes the functions of exchange, physical function and facility function. At farmers the cost does not incur marketing expenses. In the merchant collecting the marketing expenses incurred is the transportation cost of Rp 200 / kg which is the cost for transportation. While the big trader spend on loading and unloading marketing costs of Rp 85 / kg, transportation costs of Rp 200 / kg and total marketing costs Rp 485 / kg. While the marketing efficiency is 9.89% and the marketing profit is Rp 640 / kg and the share received by farmers is 77.26%.

Keywords: Marketing, Rice, margin, efficiency and cost.

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor utama dalam perekonomian di Indonesia apabila ditinjau dari penggunaan tenaga kerja. Umumnya di Indonesia sektor pertanian masih merupakan sektor yang banyak ditekuni oleh masyarakat. Pada saat ini sektor pertanian berada pada tahap menuju pertumbuhan tinggi yang berkelanjutan. Hal tersebut dapat ditinjau dari jumlah ekspor yang terus meningkat hingga mencapai US\$ 203,6 miliar pada tahun 2011 dengan kontribusi dari sektor migas sebesar

18,3 % dan kontribusi sektor non migas sebesar 81,7 %. Nilai tersebut meningkat dua kali lipat dibanding dengan nilai ekspor pada tahun 2006 yang jumlahnya US\$ 100,7 miliar (BPS Indonesia, 2012).

Kabupaten Rokan Hilir merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Riau yang memiliki keunggulan komparatif disektor pertanian. Letaknya yang berada di daerah dataran rendah membuat lahan di Kabupaten Rokan Hilir cocok untuk ditanami berbagai tanaman pertanian. Selain itu,

1) Mahasiswa Fakultas Pertanian

2) Dosen Fakultas Pertanian

pemerintah daerah mendukung usaha untuk meningkatkan produksi pangan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi pangan masyarakat Rokan Hilir. Kabupaten Rokan Hilir terdiri dari 16 Kecamatan, salah satu Kecamatan yang memproduksi padi adalah Kecamatan Kubu. Pada Kecamatan Kubu terdiri dari

desa salah satunya yaitu Desa Teluk Piyai dan Teluk Piyai Pesisir, Desa Teluk Piyai dan Desa Teluk Piyai Pesisir merupakan desa yang sangat berpotensi untuk dilakukan penanaman tanaman padi dengan skala besar. Berdasarkan data Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Kubu Tahun 2015 luas panen yakni sebesar 1.517/ha, dengan produksi mencapai 6.068 Ton gabah.

Sistem sawah di kecamatan Kubu adalah sawah tadah hujan yang pengairannya berasal dari air hujan. Setiap tahun petani dapat panen padi 1 kali. Pada sawah ini, tanaman padi

sangat bergantung pada musim hujan. Untuk menghindari ancaman kekeringan pada musim kemarau, petani umumnya menanam 1 kali setahun dan diselingi dengan tanaman hortikultura lainnya.

Panen raya yang terjadi di Kecamatan Kubu mengakibatkan melimpahnya gabah di pasar dan mengakibatkan rendahnya atau jatuhnya harga gabah. Hal ini dimanfaatkan oleh pedagang pengumpul untuk membeli langsung gabah dari petani dalam jumlah besar sebelum kemudian diolah menjadi beras oleh *Rice Milling Unit* (tempat penggilingan padi). Petani di Kecamatan Kubu cenderung menjual hasil panennya langsung setelah panen dalam bentuk Gabah Kering Basah (GKB) kepada pedagang pengumpul yang menjual kembali gabah yang telah dibeli kepada pedagang yang berasal dari luar daerah seperti Sumatera Utara dan Rokan Hilir.

Tabel 1. Luas Tanam, Luas Panen, Produktivitas, dan Produksi Tanaman Padi di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir 2015

No	Kepenghuluan	Luas Tanam	Luas Panen	Produktivitas (Ton/Ha)	Produksi (Ton)
1	Teluk Merbau	217	217	4	868
2	Rantau Panjang Kanan	-	-	-	-
3	Sungai Kubu	-	-	-	-
4	Sungai Kubu Hulu	-	-	-	-
5	Tanjung Leban	90	-	-	-
6	Sungai Segajah	-	-	-	-
7	Teluk Piyai	1.004	1.004	4	4.016
8	Teluk Piyai Pesisir	296	296	4	1.184
9	Sungai Segajah Makmur	75	-	-	-
Jumlah		1.682	1.517		6.068

Sumber: Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Kubu, 2015

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, permasalahan utama penelitian ini adalah;

1. Bagaimana saluran pemasaran gabah di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir ?
2. Bagaimana biaya, margin, dan efisiensi pemasaran gabah di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui saluran dan fungsi pemasaran gabah di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir .
2. Menganalisis biaya, margin, dan efisiensi pemasaran gabah di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir.

METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Pemilihan tempat lokasi penelitian dilakukan dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu sentra produksi padi terbesar di Kabupaten Rokan Hilir yaitu luas panen padi seluas 1.092 hektar, dengan 10,58% dari total luas panen di Kabupaten Rokan Hilir. Disamping itu Kecamatan Kubu memiliki potensi pertanian padi yang cukup baik untuk masa yang akan datang karena salah satu faktor pendukungnya adalah luas lahan, letak yang strategis, jumlah penduduk dan

pertumbuhan ekonomi yang memungkinkan untuk dikembangkan menjadi sentral pertanian. Pelaksanaan Penelitian ini dilaksanakan terhitung dari bulan Desember 2016 sampai dengan April 2017 yang meliputi rangkaian kegiatan berupa survei lapangan, pengumpulan data, penyusunan proposal dan pengolahan data hingga penyusunan skripsi.

Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive Sampling* dengan kriteria luas lahan petani > 1 hektar. Pengambilan sampel pada Desa Teluk Piyai dan Desa Teluk Piyai Pesisir sebanyak 20 responden.

Pengambilan sampel pedagang atau tengkulak padi dilakukan dengan cara *Snowball Sampling* yaitu sebanyak 6 orang, dimana pedagang pengumpul sebanyak 4 orang dan pedagang besar 2 orang. Pedagang pengumpul yang menyalurkan hasil produksi padi sekitar daerah Kecamatan

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan mengajukan pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu didalam kuesioner melalui wawancara petani, pedagang dan pengamatan langsung. Data primer terdiri dari identitas petani, pendapatan petani, pemasaran dan sebagainya. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat

Statistik (BPS), Badan Informasi Penyuluh (BIP), instansi-instansi yang terkait dengan penelitian ini seperti jumlah penduduk, topografi daerah, tingkat pendidikan dan lain-lainnya.

Metode Analisis Data

Analisis Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (Sudiyono, 2001), dan dihitung dengan rumus:

$$MP = Hk - Hp$$

Keterangan:

Mp : Marjin Pemasaran (Rp/kg/Tahun)

Hk : Harga yang dibayar pedagang (Rp/kg/Tahun)

Hp : Harga yang diterima petani (Rp/Kg/ Tahun)

Analisis Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen. Analisis yang digunakan untuk melihat keuntungan pemasaran padi digunakan rumus (Soekartawi, 1993) :

$$\Pi = M - B$$

Keterangan:

π : Keuntungan pemasaran (Rp/kg/Tahun)

M : Marjin pemasaran (Rp/kg/Tahun)

B : Biaya pemasaran (Rp/kg/Tahun).

Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran. Untuk menghitung efisiensi pemasaran (Soekartawi, 2002), dan dihitung dengan rumus:

$$Ep = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

Ep : Efisiensi pemasaran (%)

TBP : Total biaya pemasaran (Rp/kg/Tahun)

TNP : Total nilai produk yaitu harga beli pedagang akhir (Rp/kg/Tahun)

Bagian Yang Diterima Petani

Bagian yang diterima petani adalah dengan melihat perbandingan antara bagian harga pada petani dengan harga pada konsumen akhir menurut Azzainto *dalam* Harianto (2013), dihitung dengan rumus:

$$Lp = \frac{Hp}{Hk} \times 100\%$$

Keterangan:

Lp : Bagian atau presentase yang diterima petani (%)

Hk : Harga pedagang akhir (Rp/kg/Tahun)

Hp : Harga Petani (Rp/kg/Tahun)

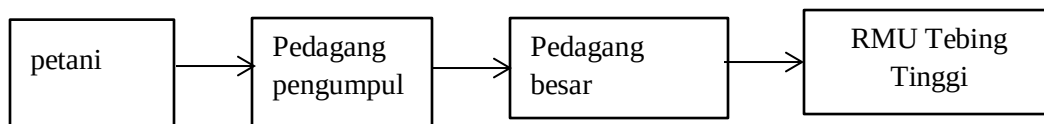
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penyusunan penelitian ini peneliti menggunakan objek penelitian berupa para petani padi yang tersebar di Kecamatan Kubu. Jumlah petani

yang dijadikan sampel adalah sebanyak 20 orang. Petani di Kecamatan Kubu yang menjadi sampel umumnya menjadikan kegiatan pertanian sebagai mata pencaharian sampingan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Saluran pemasaran gabah yang terjadi di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir berdasarkan data yang diperoleh di lapangan diketahui bahwa

saluran pemasarannya adalah bersifat homogen atau hanya terdapat satu saluran pemasaran yaitu dari petani yang menjual kepedagang pengumpul - ke pedagang besar - ke RMU (Tebing Tinggi Sumut). Saluran pemasaran gabah yang terdapat di Kecamatan Kubu dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar1. Saluran Pemasaran Padi di Kecamatan Kubu Kabupaten Rokan Hilir.

Saluran pemasaran padi di Kecamatan Kubu terdiri dari 20 petani yang menjual kepada 4 pedagang pengumpul dan 2 pedagang besar yang berada di kecamatan Kubu dan RMU berada Sumatera Utara yaitu Tebing Tinggi. Pada saluran dapat dilihat bahwa petani menjual hasil panen kepedagang pengumpul-pedagang besar- RMU Tebing Tinggi. Didalam penelitian saya tidak dijumpai petani langsung menjual ke RMU desa dikarenakan kapasitas nya rendah. RMU desa berfungsi untuk penyimpanan gabah petani dengan imbalan upah pengilingan saja.

Analisis Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran

Biaya secara umum merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usahanya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya pun merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu satuan alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai

tujuan tertentu dalam usahanya (Rahim dan Diah, 2007).

Menurut Purba dan Radiks (2006), biaya dinyatakan sebagai penukaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat. Bila istilah biaya digunakan secara spesifik, istilah ini dilengkapi menunjukkan objek yang bersangkutan, misalnya biaya langsung, biaya konversi, biaya tetap, biaya variabel, biaya standar, biaya diffrensial, biaya kesempatan dan sebagainya. Setiap perlengkapan mempunyai arti dalam menghitung dan mengukur biaya yang akan berguna bagi pimpinan dalam mencapai sasaran perencanaan dan pengawasan

Dalam saluran pemasaran ini, petani tidak mengeluarkan biaya untuk proses pemasaran hasil panen. Untuk biaya pemasaran pedagang pengumpul dibebankan sebesar Rp. 200/kg untuk proses pengangkutan dengan menggunakan sepeda motor. Kemudian untuk pedagang besar biaya pemasaran dengan total sebesar Rp 285/kg

masing-masing untuk proses muat sebesar Rp 85/kg lihat pada Tabel pengangkutan 200/kg dan bongkar 24

Tabel 2. Analisis biaya pemasaran padi di Kecamatan Kubu untuk 1 kg gabah persatu kali proses produksi

No	Keterangan	Jumlah (Rp/kg)	Persentase (%)
1.	Petani		
	1.Harga jual	3.775	
	2.penerima	3.775	
2.	Pedagang Pengumpul		
	1.Harga Beli	3.775	
	2.Harga Jual	4.200	
	3.Biaya Pemasaran	200	
	a.Biaya Transportasi	200	100,00
	4.Margin pemasaran	425	
	5.Keuntungan	225	
3.	Pedagang Besar		
	1.Harga Beli	4.200	
	2.Harga Jual	4.900	
	3.Biaya pemasaran	285	
	a.Bongkar Muat	85	29.82
	b.Transportasi	200	70.18
	4.Margin Pemasaran	700	
	5.Keuntungan	415	
4.	Total Biaya Pemasaran	485	
4.	Total Margin Pemasaran	1.125	
5.	Total Keuntungan	640	
7.	Efisiensi Pemasaran (%)		9.89
8.	Bagian Yang Diterima Petani		77.04

Keterangan:

Bongkar = Penurunan gabah dari mobil muatan

Muat = Proses pemasukan gabah kedalam mobil

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Komponen margin pemasaran terdiri dari: biaya-biaya yang

diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran atau biaya fungsional dan

keuntungan (*profit*) lembaga pemasaran. Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi

biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani, atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi (Sudiyono, 2001).

Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Pada analisis pemasaran yang sering menggunakan konsep margin pemasaran yang dipandang dari sisi harga ini. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima petani produsen. Margin pemasaran dapat didefinisikan dengan dua cara yaitu: 1. Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (produsen). 2. Margin pemasaran merupakan biaya dari balas jasa-jasa pemasaran.

Perlakuan yang berbeda-beda yang diberikan masing-masing pelaku pemasaran terhadap komoditas yang dipasarkan menyebabkan perbedaan harga jual antar tiap lembaga yang terlibat hingga sampai ke konsumen akhir. Perbedaan harga inilah yang disebut dengan margin pemasaran. Margin pemasaran pada saluran pemasaran padi di Kecamatan Kubu dapat dilihat pada Tabel 24.

Pada saluran pemasaran, petani sebagai produsen yang menjual gabah ke pedagang pengumpul dengan harga jual sebesar Rp 3.775/kg. Sedangkan harga jual pedagang pengumpul ke pedagang besar sebesar yaitu Rp 4.200/kg. Margin pemasaran pedagang

pengumpul sebesar Rp. 425/kg dan pedagang besar Rp. 700/kg. Keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul Rp. 225/kg dan keuntungan untuk pedagang besar Rp. 415/kg. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani melakukan pemasaran gabah rata-rata hasil produksinya Rp 7.650/kg. Rata-rata beratnya gabah dalam satu karung sekitar 60 kg.

Efisiensi Pemasaran

Pemasaran dikatakan efisien jika telah memenuhi dua syarat, yaitu mampu menyampaikan hasil atau produksi dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu melakukan pembagian yang adil kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk tersebut (Sudiyono, 2001).

Efisiensi pemasaran dapat dilihat dan diketahui dengan melihat panjang pendeknya saluran pemasaran dalam memasarkan padi. Semakin panjang saluran pemasaran yang akan dilewati maka akan semakin banyak juga lembaga pemasaran yang terlibat, maka akan semakin kecil pula efisiensi pemasaran. Selain itu efisiensi juga dapat dilihat dari margin, biaya dan keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran yang ada dalam lembaga pemasaran tersebut. Tabel 24. Efisiensi pemasaran gabah adalah 9.89%.

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran didapat dari hasil pengurangan margin pemasaran dengan total biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran, seperti biaya

bongkar muat, transportasi dan lain-lain. Penelitian dilapangan menunjukkan keuntungan pemasaran padi untuk pedagang pengumpul sebesar Rp 225/kg dan pedagang besar Rp 415/kg. untuk total untuk seluruh keuntungan pemasaran adalah sebesar Rp. 640/kg.

Bagian Yang Diterima Petani

Untung menghitung besarnya bagian yang diterima petani padi adalah dengan melihat perbandingan antara bagian harga pada petani dengan harga pada pedagang akhir. Dalam penelitian ini konsumen akhirnya adalah pedagang besar (tauke). Dari hasil penelitian diketahui bahwa bagian yang diterima petani adalah sebesar 77.04%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Saluran Pemasaran padi di Kecamatan Kubu hanya ada satu saluran pemasaran saja pada petani padi dimulai dari petani ke pedagang pengumpul dan ke pedagang besar kemudian dijual lagi ketempat penggilingan (RMU) Tebing Tinggi Sumatera Utara. Fungsi pemasaran padi di Kecamatan Kubu ini dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran seperti petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan tempat penggilingan (RMU) yang meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.
2. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran pemasaran padi di Kecamatan Kubu yaitu total biaya

pemasaran Rp 485/kg sedangkan Total margin pemasaran Rp 1.125/kg dan efisiensi pemasaran gabah pada saluran 9,89%.

Saran

1. Di harapkan petani untuk selalu aktif mencari perubahan harga gabah yang terjadi di daerah-daerah lain. Dalam hal penentuan dan pergerakan harga yang terjadi, diperlukan koordinasi antara pihak Petani, pedagang pengumpul serta pedagang besar dan tempat pengolahan padi sehingga petani tidak merasa dirugikan oleh pihak-pihak tertentu.
2. Perlu adanya pembinaan ya intensif dari pemerintah maupun PPL dalam bercocok tanam padi yang benar dan menguntungkan agar masyarakat tidak lagi mengalihkan fungsi lahannya dalam bidang perkebunan khususnya kelapa sawit.
3. Seharusnya pemerintah Daerah menyediakan heller untuk penggilingan gabah dalam skala besar dikecamatan tersebut, hal ini tentu akan memudahkan petani langsung menjual hasil gabahnya langsung pengolahan tanpa ada rantai pemasaran yang panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, K.B. 2013. **Analisis Rantai Pasok dan Rantai Nilai Bunga Krisan di Daerah Sentra Pengembangan Jawa Timur**. Jurnal SEPA Vol. 10. No. 1 September 2013: 1-10.

- Ariwibowo, Agus. 2013 **Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi dan Beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati**. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang
- Ariaty, Widia. 2015 **Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Agroindustri Beras Di Kecamatan Bungaraya Kabupaten Siak**. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- _____. 2005. **Agroindustri dalam Perspektif Sosial Ekonomi**. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2012. **Gabah dan Beras**. <https://id.wikipedia.org/wiki/Gabah>. Diakses pada 7 Januari 2016.
- Badan Pusat Statistik. 2015. **Rokan Hilir dalam angka**. BPS Propinsi Riau.
- Baladina, Nur. 2010. **Pengantar Ekonomi Pertanian: Sistem Pemasaran Hasil Pertanian**. <http://rosihan.lecture.ub.ac.id>. Diakses pada tanggal 24 Januari 2012
- Bisuk, Putra. 2009. **Analisis Tataniaga dan Elastisitas Transmisi Harga CPO Internasional Terhadap Harga TBS (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit**. Skripsi. Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Iriyanto dan Widiyanti. 2013. **Jamur Kuping di Kabupaten Karanganyar**. Jurnal SEPA: Vol. 9 No.2 Februari 2013.
- Kusumawati, Agni. 2013. **Rantai Nilai (Value Chain) Agribisnis Labu Di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang**. Diponegoro Journal of Economics Vol. 2 No. 4 tahun 2013 : 1-10.
- Maharani, E., S. Edwina, dan K. Yeni. 2011. **Pemasaran Gula Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir Melalui Pendekatan Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar**. Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE) Volume 2, Nomor 1, Juli 2011.

