

**ANALISIS PEMASARAN PADI SAWAH TADAH HUJAN
DI KECAMATAN SIAK KECIL KABUPATEN BENGKALIS**

**ANALYSIS OF MARKETING OF RAINFED LOWLAND RICE
SUBDISTRICT SIAK KECIL DISTRICT BENGKALIS**

Nurhazanah¹⁾, Evy Maharani²⁾, Susy Edwina²⁾

Program Studi Agribisnis, Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian, Universitas Riau, Jl. Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru
Pekanbaru

Tlp: 085364235861; Email: Nurhazanah@yahoo.com

ABSTRACT

Agricultural marketing is a process of the flow of commodities accompanied by the transfer of property and creation for the time, place and use of forms by marketing institutions by implementing one or more marketing functions. This study aims to analyze the marketing of rainfed lowland rice in Siak Kecil Subdistrict. This research was conducted in Siak Kecil Subdistrict of Bengkalis Regency using survey method. The technique of taking respondents is done by purposive sampling. The population in this research is rice farmer with 42 farmers. The results showed that the selling price of rice by tauke milling to the final consumer and the selling price given tauke to traders is quite high. This is due to the processing by incurring machine operating costs and labor costs. Marketing margins on channel I and II amounted to 11.11 percent involving farmers, tauke grinders and retailers. The high margin of marketing is due to retailers selling rice to Bandar sungai market located in Siak Kecil Subdistrict.

Keywords: agricultural, rice, marketing, production

PENDAHULUAN

Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran (Sudiyono, 2001). Lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan

konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi - fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen.

Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran. Usaha untuk memperlancar arus barang/jasa dari produsen ke konsumen terdapat salah satu faktor yang tidak boleh diabaikan, yaitu memilih secara tepat saluran distribusi (*channel of distribution*) yang digunakan dalam rangka usaha penyaluran barang-barang/jasa-jasa dari produsen ke konsumen (Rahim dan Hastuti, 2007).

1. Mahasiswa program studi Agribisnis
2. Dosen program studi Agribisnis
3. Jom faperta UR Vol. 5 edisi 1 Januari - Juni 2018

Petani tidak dapat menjual produksi secara langsung kepada konsumen maka memerlukan pihak - pihak yang membantu pemasaran produk yang dihasilkan petani, seperti pedagang pengumpul, pedagang perantara, pedagang pengecer dan pedagang pemborong. Setiap lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan maka harga yang dibayarkan masing - masing lembaga pemasaran selalu berbeda (Soekartawi,2002)

Kabupaten Bengkalis merupakan salah satu Kabupaten penghasil padi terbesar ke tujuh di Riau dengan luas panen 6,284 ha, produksi mencapai 21,438 ton dan produktivitas 3,412 ton. Sentral produksi padi yang terbesar di Kabupaten Bengkalis adalah di Kecamatan Siak Kecil. Hasil produksi padi di Kecamatan Siak Kecil per hektar dapat mencapai 5 - 6 ton gabah basah yang menghasilkan beras sebesar 3-4 ton. (BPS Provinsi Riau, 2015).

Permasalahan yang terdapat di Kecamatan Siak Kecil yaitu pada harga jual beras yang rendah akibat petani tidak menjual secara langsung kepada konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pemasaran padi sawah tadah hujan di Kecamatan Siak Kecil. Analisis pemasaran berkaitan dengan 1. Harga pemasaran 2. Saluran pemasaran 3. Biaya pemasaran.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Siak Kecil Kabupaten Bengkalis. Kecamatan Siak Kecil adalah kecamatan yang memiliki luas lahan dan penghasil padi tertinggi di Kabupaten Bengkalis (BPS Kabupaten Bengkalis 2014). Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai bulan Juli 2017 yang meliputi kegiatan survei, pengumpulan data, analisis data dan penulisan hasil penelitian.

1. Mahasiswa program studi Agribisnis
2. Dosen program studi Agribisnis
3. Jom faperta UR Vol. 5 edisi 1 Januari - Juni 2018

Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer berupa data hasil survei dan wawancara langsung dengan petani padi sawah dengan jumlah populasi sebesar 671 orang. Menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Dengan tingkat kesalahan 15 persen didapatkan 42 responden.

Analisis Data

Analisis pemasaran padi sawah tadah hujan ada 3 yaitu :(1) Analisis saluran pemasaran, (2) Analisis margin pemasaran (3) Analisis efisiensi pemasaran.

1. Saluran Pemasaran

Mengetahui saluran pemasaran padi dari tingkat petani sampai konsumen dapat dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan cara menelusuri saluran pemasaran pada lokasi penelitian.

2. Margin Pemasaran

Untuk menganalisis margin pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus margin pemasaran, Rahim dan Hastuti (2007) rumus yang digunakan yaitu:

Keterangan:

M = $P_r - P_f$

M = Margin pemasaran (Rp/Kg)

P_r = Harga ditingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

P_f = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

3. Efisiensi Pemasaran

Untuk menghitung efisiensi pemasaran padi sawah digunakan rumus Soekartawi (2002) yaitu:

Keterangan:

EP = $TB/TNP \times 100$ persen.....

EP = Efisiensi pemasaran padi sawah (persen)

TB = Total biaya pemasaran

(Rp/Kg)
 TNP = Total nilai produksi padi sawah (Rp/Kg)

Dengan kriteria:

Semakin besar nilai efisiensi pemasaran, maka pemasaran tersebut semakin kurang baik. Sebaliknya, semakin kecil nilai efisiensi pemasaran, maka pemasaran semakin baik.

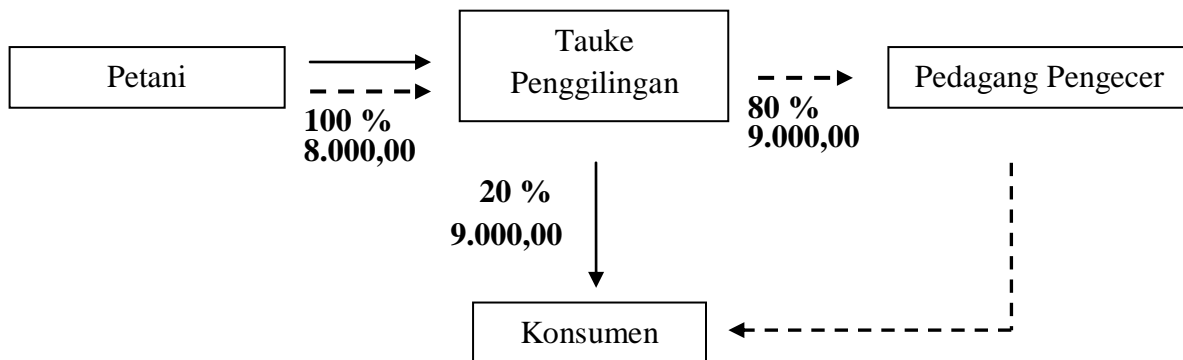
HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran / lembaga pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan proses pemasaran beras dari tangan petani sampai

konsumen memerlukan beberapa tahapan, Pada tahapan tersebut terdapat beberapa

saluran pemasaran yang terlibat dalam memasarkan hasil produksi beras. Proses pemasaran beras Kecamatan Siak Kecil melewati beberapa saluran pemasaran yang terlibat, yaitu tauke penggilingan, pedagang pengecer, dan konsumen. Saluran pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras tersebut terbagi menjadi dua saluran pemasaran. Saluran pemasaran beras Kecamatan Siak Kecil dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Saluran pemasaran padi sawah tadah hujan di Kecamatan Siak Kecil

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan petani menjual beras melalui tauke penggilingan Pada kedua saluran. 20% petani melewati saluran pemasaran I dan sebesar 80% melewati saluran II.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga petani dengan harga konsumen. Margin pemasaran pada kedua saluran pemasaran beras Kecamatan Siak Kecil dapat dilihat pada Tabel 1.

1. Mahasiswa program studi Agribisnis
2. Dosen program studi Agribisnis
3. Jom faperta UR Vol. 5 edisi 1 Januari - Juni 2018

Tabel 1. Margin pemasaran dan keuntungan pemasaran yang dilakukan oleh saluran pemasaran padi sawah tadah hujan di Kecamatan Siak Kecil Tahun 2016

Pelaku pasar	Saluran		Saluran	
	Pemasaran I		Pemasaran II	
	Nilai		Nilai	
1. Petani	Rp/kg	%	Rp/kg	%
a. Biaya Bongkar muat	98	1,23	98	1,23
b. Biaya Transportasi	98	1,23	98	1,23
c. Biaya Pengemasan	157	1,96	157	1,96
d. Biaya Gudang	50	0,63	50	0,63
e. Penerimaan	7.597	94,96	7.597	94,96
f. Harga Jual	8.000	100,00	8.000	100,00
2. Tauke Penggilingan				
a. Harga Beli	8.000	88,89	8.000	88,89
b. Biaya Bongkar Muat	100	1,11	100	1,11
c. Biaya Transportasi	100	1,11	100	1,11
d. Biaya Pengemasan	50	0,56	50	0,56
e. Biaya Gudang	100	1,11	100	1,11
f. Keuntungan	650	7,22	650	7,22
g. Margin Pemasaran	1.000	11,11	1.000	11,11
h. Harga Jual	9.000	100,00	9.000	100,00
3. Pedagang Pengecer				
a. Harga Beli			9.000	90,00
b. Biaya Bongkar Muat			100	1,00
c. Biaya Transportasi			50	0,5
d. Biaya kantong			50	0,5
e. Gudang			100	1,00
f. Keuntungan			700	7,00
g. Margin Pemasaran			1.000	10,00
h. Harga Jual			10.000	100,00
4. Efisiensi Pemasaran				
a. Total Biaya Pemasaran	753		1.053	
b. Bagian yang diterima Petani	7.597		7.597	
c. Efisiensi Pemasaran		8,94		11,94

Margin pemasaran untuk setiap saluran diperoleh dengan cara mengurangi harga jual ditingkat pedagang pengecer dengan harga jual di tingkat petani. Margin pemasaran saluran I sebesar Rp.1000 per Kg, pada saluran II sebesar Rp.1000 per Kg.

Margin pada saluran I dan II sebesar 11,11 persen.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran beras dapat dilihat pada saluran pemasaran I sebesar 8,94 persen, pada saluran pemasaran II

1. Mahasiswa program studi Agribisnis
2. Dosen program studi Agribisnis
3. Jom faperta UR Vol. 5 edisi 1 Januari - Juni 2018

sebesar 11,94 persen. Sesuai dengan ketentuan rumus dari Soekartawi (2002) menunjukkan bahwa semakin besar nilai efisiensi pemasaran, maka pemasaran tersebut tidak efisien. Sebaliknya semakin kecil nilai efisiensi pemasaran, maka pemasaran akan semakin baik. Efisiensi pemasaran yang tertinggi pada saluran II menunjukkan bahwa pemasaran kurang efisien, karena banyak pihak yang ikut serta dalam pemasaran beras tersebut. Efisiensi pemasaran terendah pada saluran I menunjukkan bahwa pemasaran efisien.

KESIMPULAN

Saluran pemasaran terdapat dua saluran : Saluran I meliputi petani, tauke penggilingan, dan konsumen akhir. Saluran II meliputi petani, tauke penggilingan, pedagang pengecer, dan konsumen akhir.

Margin pemasaran saluran I dan II sebesar 11,11 persen. Pemasaran efisien pada saluran I dengan nilai efisiensi sebesar 8,94 persen.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. Bengkalis dalam Angka Tahun 2014. Pekanbaru.
- Rahim, A. dan Hastuti, D.R.D. 2007. Pengantar, Teori, dan Kasus Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Ilmu Usahatani. Universitas Indonesia Press. Jakarta
- Sudiyono A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- UPTD Distanakan Kecamatan Siak Kecil. 2014. Kecamatan Siak Kecil dalam Angka Tahun 2014. Pekanbaru.

1. Mahasiswa program studi Agribisnis
2. Dosen program studi Agribisnis
3. Jom faperta UR Vol. 5 edisi 1 Januari - Juni 2018