

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia terdiri dari beberapa sektor pertanian yaitu subsektor pertanian rakyat (subsektor tanaman pangan), subsektor perkebunan, subsektor peternakan, subsektor kehutanan dan subsektor perikanan. Tanaman padi termasuk dalam subsektor tanaman pangan yang sangat penting dalam sektor pertanian. Padi sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Padi akan di olah menjadi beras, di Indonesia beras menjadi makanan pokok (makanan yang sangat wajib) dan juga makanan yang mengandung karbohidrat (Mubyarto, 2000).

Sektor pertanian di Indonesia merupakan sektor penggerak utama dalam peningkatan perekonomian di Indonesia. Dikatakan penggerak utama perekonomian karena pertanian sangat penting di Negara Indonesia yang merupakan Negara agraris. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pangan dan perekonomian masyarakat di Provinsi Sumatera Utara, salah satu jenis bahan pangan yang sangat berpotensi untuk diusahakan atau dikembangkan adalah tanaman padi baik itu padi sawah atau padi ladang.

Di Indonesia tanaman padi sangat penting tidak hanya berperan penting sebagai bahan makanan pokok dan makanan olahan saja, tetapi juga merupakan sumber perekonomian bagi sebagian besar masyarakat di pedesaan. Oleh karena itu, seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia, pemerintah harus dapat dan mampu memenuhi kebutuhan pangan masyarakatnya serta menjaga cadangan pangan nasional tetap optimal (Anshori, 2011).

Padi (*Oryza sativa* L.) merupakan tanaman pangan pokok yang telah lama dikenal penduduk dunia. Penduduk dunia sebagian besar menggantungkan hidupnya pada padi. Padi begitu sangat penting sehingga jika terjadi kegagalan panen dapat menyebabkan penduduk kelaparan dan kematian secara meluas. Inovasi dan penerapan teknologi dalam melakukan usahatani padi dilakukan karena kebutuhannya terus meningkat, sedangkan persediaan alam semakin terbatas (Ubaedillah Ahmad 2014).

Perkembangan produksi komoditi padi dalam 3 tahun terakhir di Sumatera Utara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Padi di Sumatera Utara Tahun 2018 - 2020 (ton)

No	Kabupaten	Produksi Padi (ton)		
		2018	2019	2020
1	Deli Serdang	308.529,23	310.784,51	315.156,48
2	Serdang Bedagai	281.534,19	279.705,68	297.346,87
3	Simalungun	196.297,25	167.543,64	174.804,18
4	Langkat	140.285,48	128.293,57	139.829,47
5	Toba Samosir	131.918,20	129.213,79	106.168,30
6	Tapanuli Utara	119.456,09	111.791,69	110.246,52
7	Tapanuli Selatan	97.876,50	98.109,39	90.857,69

Sumber : BPS, Statistik Pertanian Tanaman Pangan, diolah tahun 2021.

Berdasarkan Tabel 1, diketahui perkembangan jumlah produksi komoditi padi pada 7 kabupaten produksi padi tertinggi di Sumatera Utara dari tahun 2018-2020. Kabupaten Deli Serdang menempati posisi pertama yaitu produksi tertinggi di Sumatera Utara. Hal ini menjadikan Kabupaten Deli Serdang sebagai daerah sentra komoditi padi, sedangkan Kabupaten Tapanuli Selatan menempati posisi terendah. Masyarakat Deli Serdang rata-rata bermata pencaharian menjadi petani padi, terutama padi sawah. Hal ini berhubungan dengan tingginya jumlah produksi padi di Kabupaten Deli Serdang, teknologi dan lembaga-lembaga pertanian seperti

kelompok tani yang terus berkembang juga sangat menunjang produksi padi di Deli Serdang.

Salah satu kelompok tani di Deli Serdang adalah kelompok Juli Tani dengan tujuan sebagai sentral penjualan hasil produksi. Ada 2 (dua) komoditi pertanian di kelompok tani tersebut, yaitu padi sawah dan padi. kelompok Juli Tani berlokasi di Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. kelompok tani ini berdiri pada tahun 1982. Kelompok tani tersebut memiliki 105 anggota, dengan luas areal keseluruhan sebanyak 48 ha dimana 32 ha ditanami padi sawah dan 16 ha padi. Akan tetapi luas lahan dapat berubah jika terjadinya penambahan anggota baik itu anggota tetap maupun tidak tetap. Berikut perkembangan luas lahan padi di kelompok Juli Tani dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Luas Lahan Padi di Kelompok Juli Tani 2014 - 2022 (ha)

No	Tahun	Luas Lahan (ha)
1	2014	26
2	2015	22
3	2016	18
4	2017-2018	13
5	2019-2022	10

Sumber : Data Primer

Dari Tabel 2 diatas bahwa terjadi penurunan luas lahan padi di kelompok Juli Tani. Pada tahun 2014 dengan luas 26 ha, pada tahun 2015 menurun 4 ha yaitu dengan luas 22 ha dan terus mengalami penurunan luas lahan sampai pada sekarang ini pada tahun 2022 dengan luas 10 ha padi sawah. Terjadinya penurunan kemungkinan dikarenakan berkurangnya pula jumlah anggota kelompok tani dan juga berubahnya komoditi yang diusahakan oleh anggota kelompok tani tersebut. Penyebab utamanya juga karena kelompok Juli Tani lebih fokus dengan komoditi

padi sawah sebagai komoditi unggulannya. Akan tetapi padi juga merupakan komoditi ke 2 unggulan kelompok tani tersebut.

Dalam konsumsi pangan, padi akan di proses menjadi beras untuk dapat dikonsumsi masyarakat. Tingginya permintaan beras mendorong petani untuk giat membudidayakan dan meningkatkan hasil produksinya. Nilai produksi yang tinggi harus diimbangi dengan adanya rantai pemasaran yang baik. Kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga-lembaga pemasaran tersebut memunculkan pola rantai pasokan. Menurut Assauri (2011) rantai pasok adalah rangkaian suatu kegiatan atau aktivitas yang menyalurkan barang atau jasa dari produsen hingga sampai pada konsumen. Pemanfaatan manajemen rantai pasok ini untuk mengetahui hubungan keterkaitan antara aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi mulai dari petani hingga konsumen akhir serta dalam rantai pasok ini akan membentuk suatu kegiatan yang dapat menghasilkan nilai tambah produk.

Petani selalu berada pada posisi yang tidak diuntungkan oleh mekanisme pasar. Sebaliknya, jika harga gabah di tingkat petani naik, maka harga beras yang dibayar konsumen akhir dapat dipastikan naik. Namun jika harga gabah di tingkat petani turun maka penurunan tersebut belum tentu menyebabkan turunnya harga beras di tingkat konsumen akhir. Dalam hal ini konsumen sangat dirugikan. Sifat pasar gabah dan beras yang tidak simetri ini akan membuat keuntungan bagi pedagang dan pelaku pasar. Sementara itu baik produsen (petani) maupun konsumen sama-sama dirugikan. Rendahnya tingkat transmisi harga, mencerminkan sangat rendahnya efisiensi pasar. Harga gabah dan beras yang semakin melebar sejak kejatuhan Presiden Soeharto menjadi persoalan tersendiri bagi ekonomi perberasan.

Menurut Arifin dan Natawidjaja (2000) bahwa dibanyak wilayah ada dua jalur pemasaran dalam tata niaga yang terjadi pada komoditi beras, yaitu swasta dan pemerintah (Bulog). Jalur swasta umumnya lebih panjang dari pada jalur pemerintah dengan banyak pemain yang diawali oleh pengumpul-pengumpul di desa, perusahaan-perusahaan penggilingan padi, grosir dan berakhir pada pedagang eceran. Sistem distribusi komoditas padi ternyata sangat bervariasi dalam tingkat kompleksitasnya antar wilayah atau antar kelompok wilayah.

Kabupaten Deli Serdang sebagai daerah sentra yang memiliki produksi padi tinggi juga menjadi wilayah pengembangan pertanian. Pemanfaatan potensi ini dapat dilaksanakan dengan optimal melalui keterlibatan masyarakat dan dunia usaha. Berdasarkan uraian diatas, maka perlu diketahui bagaimana jalur rantai pasok padi sawah. Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui efisiensi rantai pasok padi sawah Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.

Beras, selain sebagai bahan pokok makanan utama bagi masyarakat Indonesia, juga berperan dalam menjamin keamanan pangan dan menjaga stabilitas ekonomi nasional. Rantai pasok menjamin pergerakan beras dari petani sampai konsumen secara efisien, Tetapi dalam prakteknya, prosesnya menghadapi masalah-masalah logistik, finansial dan struktural.

Dalam penelitian ini ditelaah mengenai rantai pasok padi sawah dengan membahas komponen-komponennya serta manfaat dan tantangan-tantangan yang dihadapi serta saran solusinya.

Dalam Rantai Pasok Padi terdapat pelaku-pelaku utama yang terdiri dari petani, Pedagang Perantara atau Koperasi, Pedagang Besar, dan Pengecer yang menjual langsung ke konsumen,

Sementara ditinjau dari sisi Rantai Pasok Proses, komponennya terdiri dari Penanaman dan Panen, Proses Pengolahan dan Penggudangan dan Distribusi;

Rantai Pasok Padi memberikan beberapa dampak positif sebagai berikut:

1. Dampak ekonomi

- a. Mendukung petani setempat dan menjamin kesejahteraan mereka.
- b. Mengurangi ketergantungan kepada impor beras.
- c. Meningkatkan daya tahan ekonomi dalam kondisi sulit.
- d. Memperkokoh komunitas pertanian.

2. Stabilitas dan Manfaat Lingkungan

- a. Menurunkan jejak karbon dalam transportasi, karena beras diproduksi secara lokal.
- b. Mendorong cara kegiatan pertanian yang ramah lingkungan, mengurangi penggunaan pestisida.

3. Manfaat untuk konsumen

- a. Konsumen dapat menikmati/mengonsumsi beras yang baru digiling dengan kualitas yang bagus.
- b. Sangat mendukung kebiasaan bertani setempat, karena varietas padi yang ditanam secara lokal tetap dapat diakses,

4. Kendala-kendala Penerapan Rantai Pasok Keterbatasan

4.1. Keterbatasan prasarana

- a. Fasilitas penyimpanan/penyediaan yang kurang mencukupi, sehingga menjurus kehilangan produksi pasca panen.
- b. Kurangnya jaringan transportasi yang berdampak pada keterlambatan distribusi.

4.2 . Perubahan Harga

- Petani dihadapkan dengan harga yang tidak stabil
- Pedagang perantara selalu mengambil untung besar sehingga bagian petani menurun,
- Adanya persaingan dengan beras impor/

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana rantai pasok pemasaran padi sawah di Kelompok Juli Tani?
2. Berapa besar margin pemasaran padi sawah di Kelompok Juli Tani?
3. Apakah rantai pasok padi sawah di Kelompok Juli Tani sudah efisien?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui proses rantai pasok padi sawah di Kelompok Juli Tani
2. Mengetahui besar margin pemasaran padi sawah di Kelompok Juli Tani
3. Mengetahui efisiensi rantai pasok padi sawah di Kelompok Juli Tani

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Padi

Padi (*Oryza Sativa* L.) merupakan tanaman semusim yang sangat bermanfaat di Indonesia karena menjadi bahan makanan pokok. Tanaman ini dapat

tumbuh pada daerah mulai dari daratan rendah sampai daratan tinggi. Bila didaratan tinggi kita mengenal padi gogo, maka didaratan rendah kita mengenalnya dengan padi sawah. Umumnya padi dapat dibudidayakan sampai pada ketinggian 1.200 mdpl (Nabilussalam, 2011).

Tanaman padi merupakan tanaman pangan yang dapat hidup dalam genangan air. Tanaman pangan lain seperti gandum, jagung kentang dan ketela rambat akan mati kalau digenangi air secara terus menerus yang membuat padi mampu hidup dalam genangan adalah adanya tabung dalam batang dan akar. Padi juga dapat ditanam dilahan darat sebagai padi gogo beberapa varietas padi juga dapat hidup dirawa-rawa yang memiliki ketinggian air sampai beberapa meter. Menurut Usman (2012) tanaman padi merupakan tanaman semusim yang berupa rumput-rumputan yang diklasifikasikan sebagai berikut:

Divisi : Spermatophyta

Sub Divisi: Angiospermae

Class: monocotyledone

Ordo : Poales

Famili : Graminae

Genus: *Oryza*

Spesies: (*Oriza Sativa* L.)

2.2. Rantai Pasok

Istilah rantai pasok mengacu kepada sebuah sistem yang melibatkan berbagai organisasi, orang, teknologi, berbagai kegiatan dan sumber daya untuk menyalurkan produk barang atau jasa dari pemasok kepada konsumen. Rantai pasok merupakan suatu konsep dimana terdapat sistem pengaturan yang berkaitan

dengan aliran produk, aliran informasi maupun aliran keuangan. Pengaturan ini penting untuk dilakukan terkait banyaknya mata rantai yang terlibat dalam rantai pasok padi sawah dan melihat karakteristik produk yang mudah kering dan harganya relatif tinggi jika dibandingkan dengan hasil komoditas pertanian lainnya (Emhar et al, 2014).

Rantai pasok (*supply chain*) merupakan urutan adegan (aktivitas maupun aktor) dari arah hulu (*upstream sourcing*) dan ke arah muara (*downstream*) dan sebaliknya. Dalam rantai pasok terdapat tiga aliran yang harus dikelola yaitu aliran produk, aliran uang dan informasi (Tim Penulis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, 2010). Pengelolaan rantai pasok melibatkan berbagai pihak dari dalam maupun dari luar perusahaan. Menurut Hanfield (2002) Rantai Pasok adalah integrasi pengelolaan organisasi dan kegiatan rantai pasokan melalui hubungan organisasi yang kooperatif, proses bisnis yang efektif, dan berbagi informasi tingkat tinggi untuk menciptakan sistem nilai berkinerja tinggi pula yang membuat organisasi atau perusahaan yang berada dalam satu lingkup rantai pasokan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Menurut Rachmat (2012), penggilingan padi merupakan titik sentral dari agroindustri padi. Penggilingan padi mempunyai peranan yang sangat vital dalam mengkonversi padi menjadi beras yang siap diolah untuk dikonsumsi maupun untuk disimpan sebagai cadangan. Penggilingan padi merupakan titik sentral dalam agribisnis padi.

Supply Chain atau rantai pasok juga merupakan semua kegiatan atau usaha yang melibatkan semua pihak baik yang memproduksi dan menghasilkan barang atau jasa, mulai dari produsen, *supplier* bahan baku sampai pada konsumen akhir.

Kegiatan mengelola penawaran dan permintaan, termasuk di dalamnya pengadaan bahan baku, input produksi, kegiatan atau proses produksi dan perakitan, kegiatan penyimpanan hasil produksi dan pengelolaan *inventory*, proses pengiriman dan penanganannya serta distribusi, sampai kepada pengiriman ke konsumen akhir. Bidang pertanian, penerapan rantai pasok ini juga membuahkan hasil peningkatan efisiensi, sedangkan untuk bidang industri yang menggunakan bahan baku dari pertanian konsep rantai pasok ini dengan mudah dapat diterapkan. Proses produksi pertanian sendiri, terutama di negara-negara berkembang penerapannya seringkali menemukan beberapa tantangan dan kendala.

Tantangan dan kendala tersebut adalah skala kepemilikan lahan yang sangat kecil (dibawah 0,1 hektar), ketidaktahuan petani penanam akan permintaan akhir konsumen dan juga aliran informasi harga dan servis yang tidak menentu (*asymetric information*) serta kedudukan yang tidak sama dalam mata rantai proses produksi. Petani sebagai penanam atau produsen seringkali tidak dapat menentukan harga, yang berperan sebagai penentu harga biasanya adalah pedagang pengumpul ataupun pedagang tingkat yang lebih besar. Manfaat yang diperoleh apabila rantai pasok diterapkan dengan efisien (efektif) adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan, konsumen atau pengguna produk merupakan target utama dari aktivitas proses produksi setiap produk yang dihasilkan.
2. Meningkatkan pendapatan, semakin banyak konsumen yang setia untuk membeli produk tersebut maka pendapatan akan meningkat. Semakin pendek saluran pemasarannya pun akan meningkatkan pendapatan karena untung yang diperoleh bisa lebih tinggi daripada saluran pemasaran yang panjang.

3. Menurunnya biaya, pengintegrasian aliran produk yang baik dari perusahaan atau petani kepada konsumen akhir berarti mengurangi biaya-biaya pada jalur distribusi.
4. Pemanfaatan aset semakin tinggi, aset terutama faktor manusia akan semakin terlatih dan terampil baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan.

Rantai pasok menunjukkan adanya rantai yang panjang yang dimulai dari pemasok sampai pelanggan, di mana adanya keterlibatan entitas atau disebut pemain dalam konteks ini dalam jaringan Rantai Pasok yang sangat kompleks tersebut. Berikut ini merupakan pemain utama yang terlibat dalam Rantai Pasok (Indrajit dan Djokopranoto, 2002):

a. *Supplier* (1)

Rantai pada Rantai Pasok dimulai dari *chain* 1, yang merupakan sumber penyedia bahan pertama. Disini adalah tempat dimana mata rantai penyaluran barang akan mulai. Bahan pertama disini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, suku cadang atau barang dagang.

b. *Supplier-Manufacturer* (1-2)

Rantai pertama tadi dilanjutkan dengan rantai kedua, yaitu *manufacturer* yang merupakan tempat mengkonversi ataupun menyelesaikan barang (*finishing*). Hubungan kedua mata rantai tersebut sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Misalnya, penghematan *inventory carrying cost* dengan mengembangkan konsep *supplier partnering*.

c. *Supplier-Manufacturer-Distributor* (1-2-3)

Dalam tahap ini barang jadi yang dihasilkan disalurkan kepada pelanggan, di mana biasanya menggunakan jasa distributor atau *wholesaler* yang merupakan pedagang besar dalam jumlah besar.

d. *Supplier-Manufacturer-Distribution-Retail Outlets* (1-2-3-4)

Dari pedagang besar tadi barang disalurkan ke toko pengecer (*retail outlets*).

Walaupun ada beberapa pabrik yang langsung menjual barang hasil produksinya kepada pelanggan (*customer*), namun secara relatif jumlahnya tidak banyak.

e. *Supplier-Manufacturer-Distribution-Retail Outlets-Customer* (1-2-3-4-5)

Konsumen merupakan rantai terakhir yang dilalui dalam Rantai Pasok, dalam konteks ini sebagai *end-user*. Pada rantai ini, terjadi transaksi antara *retailer* dan pelanggan yang meliputi seluruh proses yang secara langsung meliputi penerimaan barang sekaligus memenuhi permintaan pelanggan.

2.3. Konsep Rantai Pasok

Konsep rantai pasok produk pertanian secara alami dibentuk oleh para pelaku rantai pasok itu sendiri. Pada negara berkembang seperti Indonesia, konsep rantai pasok produk pertanian dicirikan dengan lemahnya produk pertanian dan komposisi pasar. Adanya kelemahan-kelemahan produk pertanian, seperti mudah rusak, musiman, volume yang besar dengan nilai yang relatif kecil, tidak seragam, pengangkutan, transportasi dan lain-lain yang mempengaruhi mekanisme pemasaran.

Rantai pasok merupakan proses yang saling berhubungan yang memfasilitasi produksi, distribusi dan penyerahan barang yang meliputi pemasok, produsen, logistik, jasa layanan, pengecer dan konsumen'

PRODUKSI → DISTRIBUSI → PENYAMPAIAN

Kelebihan Rantai Pasok lokal dibandingkan dengan Rantai Pasok global:

- Rutenya lebih pendek sehingga dapat mengurangi dampak terhadap lingkungan.
- Hubungan yang kuat antara bisnis dengan masyarakat.
- Meningkatkan kelincahan dalam merespon permintaan pasar.

Mekanisme *supply chain* produk pertanian dapat bersifat tradisional ataupun modern. Mekanisme tradisional adalah petani menjual produknya langsung ke pasar atau lewat tengkulak, dan tengkulak yang akan menjualnya ke pasar tradisional dan pasar swalayan. Pada rantai pasok modern, petani sebagai produsen dan pemasok pertama produk pertanian membentuk kemitraan berdasarkan perjanjian atau kontrak dengan manufaktur, eksportir, atau langsung dengan pasar sebagai retail, sehingga petani memiliki posisi tawar yang baik.

Kinerja rantai pasok adalah semua aktivitas pemenuhan permintaan konsumen yang dinyatakan secara kuantitatif. Hasil akhirnya adalah angka atau persentase dari aktivitas pemenuhan permintaan pelanggan oleh perusahaan. Adapun tujuan utama dari pengukuran kinerja adalah untuk menciptakan proses penyampaian (*delivery*) secara fisik (barang mengalir dengan lancar dan persediaan tidak terlalu tinggi), melakukan *stream lining information flow* (adanya aliran informasi di antara tiap-tiap channel), dan *cash flow* yang baik pada setiap channel dalam rantai pasok.

Rantai pasok menunjukkan adanya rantai yang panjang yang dimulai dari pemasok sampai pelanggan, dimana adanya keterlibatan entitas atau disebut pemain

dalam konteks ini dalam jaringan rantai pasok yang sangat kompleks tersebut (Indrajit dan Djokopranoto, 2002).

Rantai pasok berperan penting dalam ekonomi moderen yang menjamin sampainya produk ke konsumen secara efisien.

2.4. Analisis efisiensi rantai pasok

Analisis efisiensi rantai pasok padi sawah dapat dilakukan melalui pendekatan efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran mengukur seberapa efektifnya sistem pemasaran menggerakkan barang dari produsen ke konsumen dengan harga serendah mungkin tanpa mengabaikan mutu dan tersedianya barang.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan efisiensi rantai pasok padi sawah adalah menggunakan metode analisis efisiensi pemasaran yaitu perbedaan harga diantara harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima petani atau produsen. Perbedaan harga biasanya disebabkan oleh perbedaan harga atau nilai dari jasa yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran, harga tersebut merupakan biaya pemasaran. Namun, pada margin pemasaran bukan hanya biaya pemasaran tetapi terdapat pula keuntungan yang didapat oleh lembaga pemasaran.

Rantai pasok yang efisien dicerminkan oleh biaya penanganan (transportasi, pengolahan, pengemasan dan penyimpanan) yang rendah, serta keseimbangan margin yang diperoleh masing-masing pelaku pasar sesuai dengan proporsi sumber daya (tenaga, waktu dan biaya) yang dicurahkan. Selain itu, efisiensi pemasaran juga dicerminkan oleh tingkat integrasi pasar dari satu pasar ke tingkat pasar lainnya.

Untuk melihat efisiensi pemasaran melalui analisis margin dapat digunakan sebaran rasio profit margin (RPM) atau rasio margin keuntungan pada setiap lembaga pemasaran (A.Faikal, 2015)

2.5. Margin Pemasaran

Dalam bidang pertanian, margin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan antara harga yang dibayar oleh konsumen dan harga yang diterima oleh petani.

$$\underline{\text{HARGA dibayar KONSUMEN} - \text{HARGA diterima PETANI} = \text{MARGIN}}$$

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan dengan mengetahui tingkat kompetisi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi. Secara matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebaga berikut (Sudiyono, 2001) dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{MT = \sum Mi \dots\dots\dots (1)}$$

$$\mathbf{Mi = Psi - Pbi \dots\dots\dots(2)}$$

Keterangan:

MT = Margin Total

Mi= Margin Pemasaran tingkat ke-i

Psi= Harga jual pasar di tingkat ke-i

Pbi= Harga beli pasar di tingkat ke-i

Hammond dan Dahl (2012), menyatakan bahwa margin dalam tataniaga menggambarkan perbedaan harga ditingkat konsumen (Pr) dengan harga ditingkat

produsen (Pf). Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda sehingga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga satu dengan yang lainnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga ditingkat konsumen.

2.6. Farmer's Share

Farmer's Share

Untuk melihat efisiensi kegiatan tataniaga adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir. Bagian yang diterima lembaga tataniaga sering dinyatakan dalam bentuk persen. *Farmer share* merupakan porsi dari harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Besarnya *Farmer Share* dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk dan jumlah produk.

Farmer share merupakan porsi dari harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Besarnya Farmer Share dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk dan jumlah produk. Semakin tinggi farmer share menyebabkan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani. Diformulasikan sebagai berikut:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Keterangan:

Fs = farmer's share

Pf = harga di tingkat produsen/petani (Rp/kg)

Pr = harga di tingkat konsumen (Rp/kg).

Farmer's Share tinggi artinya petani menguasai dari pendapatan.

Farmer's Share lebih rendah, artinya perantara menyerap bagian besar dari laba.

Jika konsumen membayar produk Rp.10.000 per kg, sementara petani menerima Rp.5.000, maka Farmer's Sharenya 50%

2.7. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran mengukur seberapa efektif rantai pasok menyalurkan beras kepada konsumen dengan harga yang wajar sekaligus memastikan petani menerima kompensasi yang wajar.

Dapat pula dikatakan efisiensi pemasaran komoditas pertanian merupakan rasio yang mengukur produksi komoditas pertanian suatu sistem atau proses untuk setiap unit masukan dengan membandingkan sumber daya yang digunakan terhadap output yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran komoditas pertanian melalui efisiensi, penetapan harga dan efisiensi operasional ataupun efisiensi ekonomi efisiensi produksi, efisiensi distribusi, dan kombinasi produk optimum (Indri Hapsary, 2014).

Menurut Mubyarto 2014, efisiensi pemasaran untuk komoditas pertanian dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila :

- a) Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya.
- b) Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Aspek pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam penelitian apabila aspek ini berjalan dengan baik, maka sama-sama akan diuntungkan. Artinya pemasaran yang baik akan membawa dampak yang positif terhadap petani, pedagang dan konsumen. Untuk mengetahui apakah sistem pemasaran yang dilakukan pada saluran atau mata rantai I dan II sudah efisien atau tidak, maka dapat dihitung tingkat efisiensi (EP) dari pemasaran tersebut.

2.8. Penelitian Terdahulu

Menyangkut penelitian ini ada beberapa penelitian terdahulu, dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Judul	Rumusan masalah	Metode	Hasil
1.	Shetira Marsela Salsabilla, et al /2014	Analisis Manajemen Rantai Pasok (<i>Supply Chain Manajemen</i>) Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur Kecamatan Kalisat	1. Bagaimana aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi padi di pabrik beras sukoreno makmur? 2. Apakah salura pemasaran di pabrik beras sukoreno makmur sudah efisien?	<ul style="list-style-type: none">▪ Analisis deskriptif▪ Analisis margin pemasaran▪ Analisis efisiensi pemasaran▪ Nilai tambah metode hayami	Pabrik Beras Sukoreno Makmur telah melakukan aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi dalam sistem manajemen rantai pasok padi pasca panen. Saluran pemasaran padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur yaitu saluran pemasaran gabah yang paling efisien adalah saluran pemasaran 0 tingkat dengan efisiensi pemasaran 0%, saluran pemasaran beras yang paling efisien adalah saluran pemasaran 1 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur – pedagang pengecer – konsumen) yaitu 0,60%, saluran pemasaran dedak yang paling efisien saluran pemasaran 0 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur – Konsumen) yaitu 0% dan saluran pemasaran sekam adalah saluran pemasaran 0 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur – Konsumen) dengan efisiensi pemasaran 0% . Pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak secara keseluruhan

2. Agus
Ariwibowo
/2013

Analisis Rantai
Distribusi
komoditas Padi dan
Beras di
Kecamatan Pati
Kabupaten Pati

1. Bagaimana pola
distribusi komoditas
padi dan beras mulai
dari petani sampai ke
konsumen akhir di
Kecamatan Pati
Kabupaten Pati?
2. Seberapa besar margin
keuntungan yang
diterima masing-
masing pelaku
pemasaran dalam rantai
distribusi komoditas
padi dan beras di
Kecamatan Pati
Kabupaten Pati?

▪ Analisis deskriptif
▪ Analisis margin
pemasaran

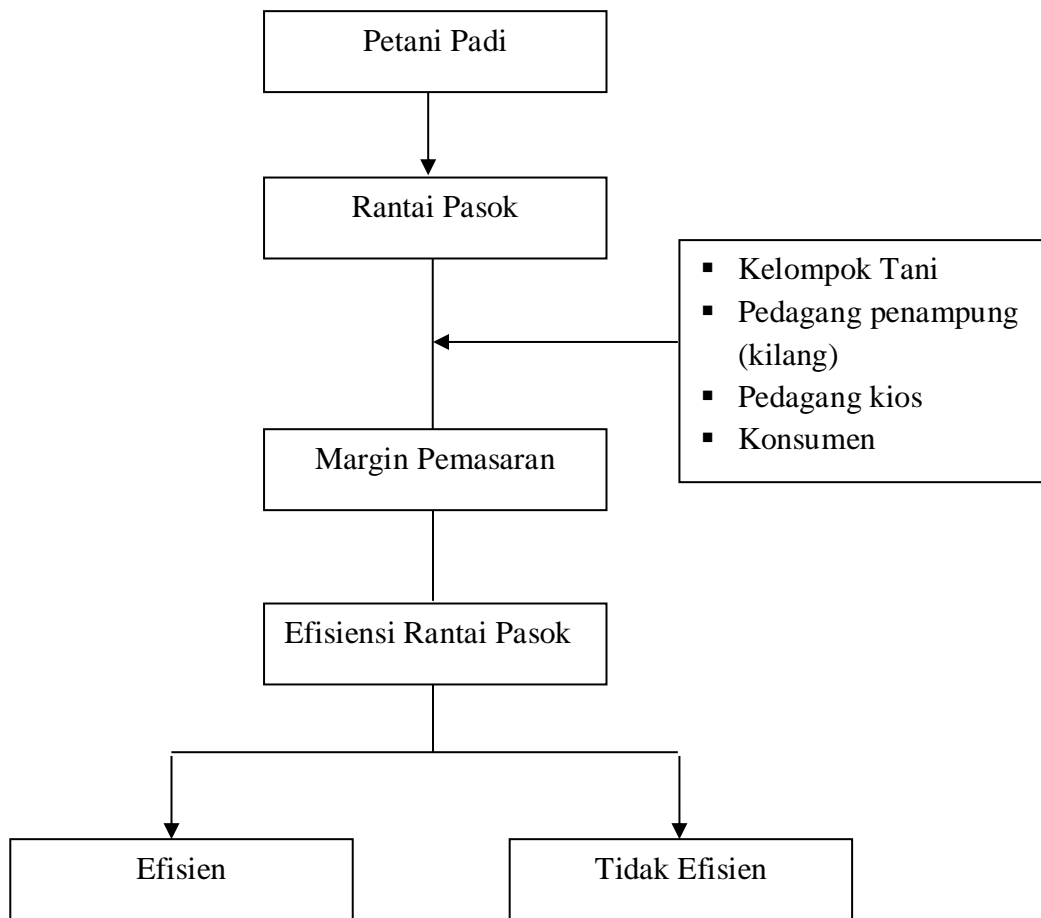
mampu memberikan nilai tambah yang positif. Nilai tambah gabah menjadi beras, sekam dan dedak secara keseluruhan adalah sebesar Rp.1.104/kg. Nilai tambah parsial setiap produk pengolahan gabah memberikan nilai positif. Nilai tambah pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak berturut-urut adalah Rp 735/kg , Rp 81/kg dan Rp 288,-/kg. Kecamatan Pati terdapat tiga pola distribusi, yaitu Pertama; petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen; kedua, petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen; ketiga, petani ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen. Margin pemasaran tertinggi pada varietas padi dominan tertinggi terjadi pada penggilingan padi sebesar 44,4 persen, kemudian pedagang tengkulak 7,5 persen, pedagang pengepul 3.6 persen, dan pedagang pengecer 3,4 persen dari

3.	Maulia Dian Pangestu, et al /2018	Analisis Rantai Pasok Pemasaran dan Nilai Tambah Gabah di Kecamatan Undaan Kudus Kabupaten Kudus	1. Bagaimana rantai pasok Gabah di Kecamatan Undaan Kudus Kabupaten Kudus? 2. Berapa nilai tambah Gabah di Kecamatan Undaan Kudus Kabupaten Kudus?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisis deskriptif ▪ Metode hayami 	<p>keseluruhan nilai margin pemasaran padi sawah.</p> <p>Terdapat 3 aliran dalam manajemen rantai pasok gabah, yaitu aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan. Struktur rantai pasokan melibatkan adanya petani, penebas dan penggilingan padi. Rata - rata nilai tambah yang diperoleh penggilingan padi yaitu Rp. 310,83 per kg dengan total produksi 3.656 kg dalam satu kali proses produksi. Pengolahan gabah menjadi produk olahan beras secara keseluruhan mampu memberikan nilai tambah pada usaha penggilingan padi yang ada di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Besarnya nilai tambah dipengaruhi oleh harga bahan baku, biaya produksi dan harga jual beras.</p>
4.	Abu Rizal Ali/ 2020	Analisis efisiensi pemasaran padi (<i>Oryza sativa L.</i>) (studi kasus: desa meunasah tunong lueng Kecamatan jeunib kabupaten bireun)	1. Bagaimana rantai pemasaran padi di Desa Meunasah Tunong Lueng, Kecamatan Jeunib, Kabupaten Bireun? 2. Berapa besar margin pemasaran padi di Desa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisis deskriptif 	<p>Hasil penelitian terdapat dua pola saluran pemasaran yaitu saluran I Petani – Pedagang Pengumpul – Kilang – Distributor – Konsumen. Pola saluran pemasaran II Petani – Kilang – Distributor – Konsumen. Total margin pada saluran I sebesar</p>

5.	Dewa K.S. et.al/ 2010	Rantai pasok beras di Indonesia (kasus Provinsi Jabar, Kalbar, dan Kalsel)	<p>Meunasah Tunong Lueng, Kecamatan Jeunib, Kabupaten Bireun?</p> <p>3. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran padi Desa Meunasah Tunong Lueng, Kecamatan Jeunib, Kabupaten Bireun?</p> <p>1. Bagaimana rantai pasok beras di Indonesia?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisis deskriptif 	<p>5.150/kg. Total margin pada saluran II sebesar 5.100/kg. Efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar 8,4%, pada saluran pemasaran II sebesar 7,2%</p> <p>Di Indonesia, rantai pasok beras dimulai dari petani berupa gabah kering panen (GKP) didistribusikan oleh pedagang gabah ke pabrik penggilingan padi yang juga dalam bentuk GKP. Petani dan pedagang gabah tidak tertarik untuk melakukan pengeringan. Aktivitas pengeringan, penggilingan, dan pengemasan dilakukan oleh pabrik penggilingan padi, sebelum dijual ke pedagang beras. Meskipun aktivitas penambahan nilai lebih terkonsentrasi pada pabrik penggilingan padi, namun margin keuntungan dari penjualan beras sangat kecil. Insentif bagi pabrik penggilingan padi untuk tetap eksis adalah hasil penjualan produk</p>
----	--------------------------	--	---	---	--

sampingan berupa dedak dan menir yang diperoleh dari penggilingan padi. Pasar Induk Beras Cipinang merupakan sentra perdagangan besar beras yang berasal dari berbagai provinsi di Jawa, Kalimantan dan Sumatera. Harga beras di pasar induk Jakarta mempunyai hubungan yang sangat erat dengan harga gabah dan beras di beberapa provinsi. Hal ini dapat dipahami, karena setidaknya ada dua faktor yang memperkuat integrasi pasar, yaitu: (i) beras merupakan kebutuhan pokok, dan (ii) adanya intervensi pemerintah dalam pemasaran gabah dan beras melalui peran BULOG.

2.9. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran

Keterangan:

———— : Menyatakan Hubungan

————> : Menyatakan Pengaruh