

## Pemasaran Padi Sawah Di Desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma

Sarina<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian, Universitas Prof. Dr. Hazairin S.H. Bengkulu

\*email: [Sarinadedi64@gmail.com](mailto:Sarinadedi64@gmail.com)

Diterima: September 2021; Disetujui: Januari 2022; Dipublish: April 2022

### Abstrak

Kebutuhan beras di negara kita terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan konsumsi perkapita pertahun dan Desa Bukit Peninjauan II merupakan sentra produksi padi di Kecamatan Sukaraja. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan *farmer share* bagi petani padi sawah di desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret s/d Agustus 2019 di Desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa desa Bukit Peninjauan II merupakan sentra produksi padi di kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. Jumlah sample 24 orang dari 120 orang petani padi sawah (20%) dan lembaga pemasaran yang terlibat. Data yang digunakan data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, dan *farmer share*. Terdapat dua saluran pemasaran padi sawah di Desa Bukit Peninjauan II : Saluran Pemasaran I : Petani - pedagang pengumpul - pengecer. Saluran Pemasaran II : Petani - pedagang pengumpul - pedagang besar - grosir - pengecer. Margin tertinggi pada Saluran Pemasaran I dan II adalah pada pedagang pengecer yaitu 10% dengan Farmer share 81,81 % dan 5,83% , farmer share 80,72 % dengan demikian pemasaran sudah efisien.

**Kata kunci : Bukit Peninjauan II ; Padi; Sawah ; Pemasaran**

### Abstract

*The background of this research is that the demand for rice in our country continues to increase along with the increase in population and per capita consumption per year and Bukit Peninjauan II Village is the center of rice production in Sukaraja District. The objectives of this research were to identify channels, margins, and efficiency of marketing. In addition, farmers' share was also identified. The location of this research was selected by purpose in consideration that this Village is one of the main rice productions in the district. The number of sampling were 24 people or 20% of total number of farmer in the village which is 120 people. The data used in this research were primer and secondary numbers. The gotten data were then analyzed both quantitatively and qualitatively. The analysis used were analysis of marketing channel, analysis of marketing margin, and analysis of farmer share. Results of this research showed that there were two main marketing channels in the village. The first marketing channel was farmers - collected traders - retailers. The second marketing channel was: farmers - collected traders - wholesalers - retailers. The highest margin for the first marketing channel was 10% at the retailers with 81.81 % of farmer share. Meanwhile, for the second marketing channel, the highest margin was also at retailers for about 5.83 % and farmer share 80.72%, marketing is efficient.*

**Keywords: Bukit Peninjauan II ; Marketing,; Paddy; Ricefield.**



## PENDAHULUAN

Kebutuhan beras di negara kita terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan konsumsi perkapita pertahun. Masyarakat Indonesia mengkonsumsi beras rata-rata 130 kg/kapita/tahun. Hal ini sangat tinggi apabila dibandingkan dengan masyarakat negara lain (Widodo, 2013).

Di Kabupaten Seluma Kecamatan Sukaraja yaitu Desa Bukit Peninjauan II dengan jumlah penduduk sebanyak 2.043 jiwa. Sebagian besar masyarakatnya bercocok tanam padi (65%) dengan luas tanam 200 hektar (wikipedia, 2016). Desa Bukit Peninjauan II merupakan sentra produksi padi di Kecamatan Sukaraja tetapi masyarakatnya menjual semua hasil pertaniannya hanya sebagian yang menyimpan untuk dikonsumsi. Hasil penelitian Sarina dan Hermawati rata-rata pendapatan dari usahatani padi sawah yaitu Rp. 17.382.000,-/ha/th (Sarina & Hermawati, 2018). Hasil penelitian Sarina dan Hermawati penerimaan padi sawah dengan luas (0,50 ha) sebesar Rp 9.018.175,-per usahatani dan biaya produksi /Cost (C) Rp 3.500.608,- per usahatani. Sehingga R/C Ratio usahatani padi sawah Desa Bukit Peninjauan II Sebesar Rp.2,58, Sedangkan konsumsi pangan rumah tangga petani sebesar Rp. 16.879.120,-/th. tingginya pengeluaran pangan petani (24,22% dari total konsumsi) disebabkan petani masih banyak yang membeli beras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan harga pasar yang lebih tinggi (Sarina & Hermawati, 2020). Menurut Isontase, Sarina & Prihanani pendapatan yang diperoleh dalam usahatani Padi Sawah di

Desa Padang Siring Kecamatan Seginim Kabupaten Bengkulu Selatan yaitu Rp. 19.383.057 per usahatani, R/C 5.21 per usahatani (Isontase dkk., 2017). Tingginya R/C disebabkan harga jual yang tinggi. Hasil penelitian Sarina dan Hermawati (2020), harga jual beras yang diterima petani rata-rata Rp. 8.000/kg jauh di bawah harga pasar yang rata-rata Rp. 12.000/kg.

Harga gabah/beras yang diterima petani padi sawah di desa Bukit Peninjauan II sangat tergantung kepada kapan dan dimana petani menjual gabah/beras tersebut. Kebanyakan petani menjual hasil panennya dalam bentuk beras dan dijual langsung ditempat penggilingan padi di desa, karena kebutuhan ekonomi yang mendesak sedangkan pendapatan utama hanya dari hasil padi sawah tersebut, sehingga petani buru-buru untuk menjual hasil panennya tanpa memperhatikan dan mempertimbangkan harga jual (Rosmawati, 2009). Permasalahan dalam pemasaran selalu menempatkan petani sebagai penerima harga dan sebagai pihak yang tergantung dari pihak luar. Mubyarto (1986), usaha perbaikan di bidang pemasaran dan harga yang diterima petani sangat diperlukan, sebab tingkat harga dan stabilitas harga sangat berpengaruh bagi petani, harga yang tinggi guna memenuhi permintaan pasar akan semakin menggiatkan petani meningkatkan produksi.

Dari uraian diatas timbul permasalahan bagaimanakah saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan *farmer share* gabah/beras yang ada di desa Bukit Peninjauan II

Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi saluran pemasaran, mengetahui margin pemasaran dan *farmer share* gabah/beras di desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret s/d Agustus 2019 di Desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa desa Bukit Peninjauan II merupakan sentra produksi padi sawah di Desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma tahun 2018.

Responden adalah Petani yang berusahatani padi sawah di Desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma yang berjumlah 120 orang. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Menurut Arikunto jika subjeknya besar lebih dari 100 dapat diambil sampel 10-15% atau 20-25%. Dalam pelaksanaan penelitian ini di ambil sampel 24 orang petani padi sawah (20%) (Arikunto, 2010).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer pada penelitian menggunakan metode survei, yaitu dengan menghimpun seluruh informasi mengenai pemasaran beras melalui sampel yang diperoleh dari populasi petani padi sawah dan pelaku pemasaran. Setiap informasi dihimpun melalui proses wawancara kepada setiap

responden dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner untuk mendapatkan data primer. Sedangkan data Sekunder diperoleh dari Dinas/ instansi, Badan Pusat Statistik, Demografi Desa dll.

Data dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui pola saluran pemasaran gabah/beras yang ada di desa Bukit Peninjauan II, sedangkan untuk mengetahui Margin pemasaran, Efisiensi dan *Farmer Share*. digunakan analisis Kuantitatif. Adapun untuk mengetahui saluran pemasaran padi sawah mulai dari tingkat petani sampai ketinggian konsumen yaitu dengan mendatangi dan mewawancarai petani dan lembaga yang terlibat dalam pemasaran gabah/beras di lokasi serta menelusuri setiap kegiatan yang dilakukan.

Untuk menghitung margin pada masing-masing lembaga pemasaran menggunakan rumus margin pemasaran Rahim dan Hastuti (Rahim & Hastuti, 2007):

$$M = P_k - P_p$$

Dimana:

M = Margin Pemasaran (Rp/kg)

P<sub>K</sub> = Harga ditingkat Konsumen (Rp/kg)

P<sub>P</sub> = Harga ditingkat Produsen (Rp/kg)

Menurut Soekartawi (2002) untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran digunakan rumus:

$$EPs = B_p / H_E \times 100\%$$

Dimana:

EPs = Efisiensi Pemasaran (%)

B<sub>P</sub> = Biaya Pemasaran (Rp/kg)

H<sub>E</sub> = Harga Eceran (Rp/kg)

Dengan kriteria:

EPs < 5% Efisien

EPs > 5 % Tidak Efisien

Persentase harga bagi petani (*Farmer share*) digunakan rumus sbb:

$$F_s = H_p/H_k \times 100\%$$

Dimana:

$F_s$  = *Farmer share* (%)

$H_p$  = Harga di tingkat Petani (Rp/kg)

$H_k$  = Harga di tingkat Konsumen (Rp/kg)

Persentase margin digunakan rumus:

$$P_M = M/H_e \times 100\%$$

Dimana:

$P_M$  = Persentase Margin (%)

$M$  = Margin (Rp/kg)

$H_e$  = Harga Eceran (Rp/kg)

Perhitungan *Farmer share* dilakukan membandingkan antara saluran pemasaran yang satu dengan saluran pemasaran yang lain. Saluran pemasaran yang memiliki margin pemasaran terkecil dan *farmer share* terbesar adalah saluran pemasaran yang paling efisien, begitupun sebaliknya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi responden berdasarkan rata-rata, umur, tingkat pendidikan,

pengalaman usahatani, jumlah tanggungan keluarga, jumlah anggota keluarga yang masih sekolah, Luas lahan yang ditanami padi sawah dan luas lahan non sawah dan secara terinci dapat disajikan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata petani berusia 48,84 tahun. Terlihat dari keadaan umur petani termasuk kedalam kategori usia produktif, dimana pada usia ini seseorang untuk lebih semangat dan giat dalam berusahatani, sehingga dapat meningkatkan produksi padi sawah. Rata-rata petani padi sawah tingkat pendidikan sebagian besar Sekolah Dasar. Tingkat pendidikan petani juga memberikan pengaruh terhadap pengelolaan usahatani. Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata pengalaman berusahatani padi sawah yaitu selama 23,72 tahun. Anggota keluarga mempunyai peran yang sangat penting karena dapat membantu tenaga kerja dalam berusahatani khususnya padi sawah yang akhirnya mengurangi tenaga kerja luar keluarga atau tenaga kerja sewa. Rata-rata jumlah anggota keluarga pada tabel 1 diatas yaitu berjumlah 3,64 jiwa.

Tabel 1. Rata-rata Umur Petani, Tingkat Pendidikan Pengalaman Usahatani, Jumlah Anggota Keluarga, Luas Lahan yang ditanami Padi sawah

No	Uraian	Kisaran rata-rata
1.	Umur (Tahun)	48,84
2.	Tingkat pendidikan	
	Tamat SD (Orang)	19,00
	Tamat SMP (Orang)	4,00
	Tamat SMA(Orang)	1,00
3.	Pengalaman berusahatani Padi Sawah(Thn)	23,72
4.	Jumlah Anggota Keluarga (Jiwa)	3,64
5.	Jumlah Anggota Keluarga yang sekolah (jiwa)	0,88
6.	Luas lahan tanaman Padi Sawah (ha)	0,39
7.	Luas Lahan Non Sawah (ha)	0,18

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tinggi rendahnya jumlah anggota keluarga sangat mempengaruhi konsumsi rumah tangga. Rata-rata luas lahan yang ditanami padi sawah adalah 0,39 hektar dan luas lahan non sawah 0,18 ha.

### **Saluran Pemasaraan Margin Pemasaran Beras**

Menurut Soekartawi di negara berkembang, lemahnya lembaga pemasaran yang dicirikan oleh lemahnya pemasaran hasil pertanian dan kompetisi pasar akan menentukan mekanisme pasar (Soekartawi, 2010). Komoditi pertanian umumnya bersifat musiman; yaitu selalu segar (*freshable*); cepat rusak; jumlahnya banyak memakan tempat (*bulky*); lokal dan spesifik (tidak dapat diproduksi di semua tempat), sifat diatas akan mempengaruhi mekanisme pemasaran. Oleh sebab itu maka sering terjadi harga produksi pertanian berfluktuatif secara tajam. Alasan sifat komoditi pertanian diatas sering merugikan petani atau produsen.

Saluran pemasaran gabah/beras di desa Bukit Peninjauan II terdiri dari dua saluran yaitu: (1). Saluran pemasaran pertama adalah petani menjual gabah ke pedagang pengumpul yang merupakan pemilik penggilingan padi desa. Di penggilingan desa, gabah mengalami proses pengeringan, penggilingan dan *grading* beras. Selanjutnya beras dikemas dengan tanpa diberi label dan disalurkan ke pengecer desa untuk dijual ke konsumen (2). Saluran pemasaran kedua adalah petani menjual beras ke pedagang pengumpul desa kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar, dari pedagang besar dijual ke grosir kemudian ke pedagang pengecer /

pedagang antar kabupaten. Mayoritas petani (85%) menempuh saluran pemasaran pertama ini dan sisanya (15%) menempuh saluran pemasaran kedua.

Saluran Pemasaran I: Petani -> pedagang pengumpul -> Pengecer -> konsumen

Saluran Pemasaran II: Petani -> Pedagang Pengumpul -> Pedagang Besar -> Grosir -> Pengecer -> konsumen

Saluran pemasaran pertama banyak dilakukan oleh petani disebabkan karena petani padi tidak memiliki dana untuk transportasi, biaya karung, penjemuran dan penggilingan. Pedagang pengumpul (pemilik mesin penggilingan) mengambil ke sawah petani pada saat petani panen dan sekaligus memberikan karung untuk tempat gabah yang akan dibawa langsung ke penggilingan untuk dijemur, penjemuran dilakukan oleh pedagang pengumpul dan petani ikut membantu dan mengawasi. Setelah gabah kering dan siap digiling petani mengawasi penggilingan untuk mengetahui berapa banyak beras yang dihasilkan serta menyelesaikan pembayaran dan dipotong dengan biaya-biaya yang sudah dikeluarkan, sehingga petani mendapatkan pendapatan bersih. Menurut Darus bahwa faktor utama yang menyebabkan saluran pemasaran pendek adalah karena jarak antara produsen dan konsumen masih dekat disamping itu juga bahwa produk beras mempunyai sifat yang mudah rusak. Harga yang diterima petani sedikit dibawah harga pasar sehingga pedagang pengumpul masih mendapatkan keuntungan untuk menjual kepedagang pengecer, pedagang pengecer pada umumnya langsung datang ketempat penggilingan (Darus, 2018).

Saluran pemasaran kedua sedikit yang melakukannya disebabkan karena petani membutuhkan dana untuk proses panen sampai ke penggilingan, sementara petani tidak memiliki dana. Saluran pemasaran kedua banyak dilakukan oleh petani yang memiliki modal.

Beras hasil produksi Desa Bukit Peninjauan II memiliki kualitas yang baik, umumnya menggunakan varietas Ciherang, sehingga produksi beras diminati konsumen sampai tingkat kabupaten. Menurut Tomeck and Robinson (1990) dalam Rosmawati, H (Rosmawati, 2009). Analisis margin pemasaran untuk mengetahui tingkat kompetisi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi pangan. Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Jumlah margin yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran sangat ditentukan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran dan proses pemasaran.

### **Margin Pemasaran Beras**

Kegiatan pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan pada umumnya merupakan tiga fungsi utama dari pemasaran disamping fungsi pembiayaan. Tabel 2 menunjukkan bahwa pada rantai pemasaran pertama (I), jenis pembiayaan utama dari pedagang pengumpul dan pedagang pengecer hampir sama meliputi biaya transportasi dan bongkar muat. Besar pembiayaan masing-masing adalah pedagang pengumpul Rp. 500,- dan pedagang pengecer Rp. 750,- per kilogram beras.

Jumlah biaya pemasaran paling tinggi terjadi pada pedagang pengecer. Besarnya pembiayaan tersebut dikarenakan biaya bongkar muat setiap hari, biaya kantong beras/plastik, biaya antar jemput biaya transportasi. Margin tertinggi pedagang pengecer 10% dan pedagang pengumpul 8,19%. Sedangkan *Farmer Share* (harga yang diterima petani) adalah 81,81%. Margin pemasaran dan farmer share saluran pertama dapat dilihat pada tabel 2.

Pada rantai pemasaran kedua (II), jenis pembiayaan utama dari pedagang pengumpul, pedagang besar, grosir dan pedagang pengecer hampir sama meliputi biaya transportasi dan bongkar muat, karung dll. Besar pembiayaan masing-masing adalah pedagang pengumpul Rp.500,- pedagang besar Rp.600,-, pedagang grosir Rp.400,- dan pedagang pengecer Rp.650,- per kilogram beras. Jumlah biaya pemasaran paling tinggi terjadi pada pedagang pengecer. Besarnya pembiayaan tersebut dikarenakan biaya bongkar muat setiap hari, biaya kantong beras/plastik, biaya antar jemput biaya transportasi. Margin tertinggi pedagang pengecer 5,83%, pedagang besar 5,38%, pedagang pengumpul 4,48 dan pedagang grosir 3,59%. Biaya yang dikeluarkan Pedagang pengumpul dan pedagang pengecer lebih tinggi jika dibandingkan dengan di Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat, berdasarkan hasil perhitungan menginformasikan bahwa jenis pembiayaan utamapedagang tengkulak meliputi biaya pengangkutan, danbongkar muat adalah sebesar Rp103,1,- per kilogram padi. Kemudian penggilingan padi sebesar Rp. 234,1,- per kilogram padi. Berdasarkan hasil

Tabel 2 . Analisis Margin Pemasaran Gabah/Beras pada Saluran Pemasaran Pertama

Jenis Kegiatan	Satuan (Rp/kg)	Persentase (%)
<b>1. Petani/Produsen</b>		
a.Harga beli	-	-
b.Margin pemasaran	-	-
c.Harga jual GKP 1)	9.000	81,81
<b>2. Pedagang pengumpul/penggiling desa</b>		
a.Harga beli	9.000	81,81
b.Margin pemasaran:	1.000	8,19
-Biaya pemasaran 2)	500	-
-Margin keuntungan	500	-
c.Harga jual	10.000	90,00
<b>3. Pengecer</b>		
a.Harga beli	10.000	90,00
b.Margin pemasaran	1.000	10,00
-Biaya pemasaran 2)	750	-
-Margin keuntungan	250	-
c.Harga jual	11.000	90,00
Harga jual	11.000	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

perhitungan Pedagang pengecer Rp. 280,3,- per kilogram (Iswandi dkk., 2019). Sedangkan *Farmer Share* (harga yang diterima petani) adalah 80,72%. *Farmer Share* yang diterima petani jauh lebih tinggi dari daerah lain. Suwardi, Darusman, Ramdan di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis) dimana *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani adalah 45 persen dari harga yang dibayarkan konsumen (Suwardi dkk., 2017). Margin pemasaran dan *farmer share* saluran pertama dapat dilihat pada tabel 3. Di tingkat pengecer saluran pemasaran harga beras eceran Rp.11.000,-/kg lebih rendah dari harga pada saluran II yaitu Rp. 11.250,- atau 0,97 persen lebih rendah. Hal ini disebabkan karena saluran pemasaran I rantai pemasarannya lebih pendek dibandingkan saluran pemasaran II. Semakin pendek saluran pemasaran semakin efisien saluran pemasaran

tersebut, begitu juga farmer share nya. Banyaknya lembaga yang terlibat dalam suatu saluran pemasaran sangat mempengaruhi margin dan farmer share. Umumnya petani lebih menyukai penjualan beras pada saluran pemasaran yang pendek, karena semakin panjang saluran pemasaran biasanya semakin kecil harga yang diterima oleh petani, karena biaya pemasaran seperti ongkos bongkar muat dan transportasi dibebankan kepada petani. Harga jual Lebih tinggi dibanding harga jual di Desa Selasari Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran, dimana petani tidak menjual langsung produksinya ke pedagang besar atau konsumen melainkan melalui pedagang pengumpul. Biasanya pedagang tersebut datang langsung ke lokasi produsen atau bahkan ke rumah-rumah produsen untuk membeli padi sawah tersebut sehingga produsen tidak menanggung biaya transportasi, adapun cara pembayaran

Tabel 3. Analisis Margin Pemasaran Gabah/Beras pada Saluran Pemasaran Kedua

Uraian	Satuan (Rp/Kg)	Persentase (%)
<b>1. Petani/Produsen</b>		
a.Harga beli	-	-
b.Margin pemasaran	-	-
c.Harga jual GKP 1)	9.000	80,72
<b>2. Pedagang pengumpul Desa</b>		
a.Harga beli	9.000	80,72
b.Margin pemasaran:	500	4,48
- Biaya pemasaran 2)	300	-
-Margin keuntungan	200	-
c.Harga jual	9.500	85,20
<b>3. Pedagang Besar</b>		
a.Harga beli	9.500	85,20
b.Margin pemasaran:	600	5,38
-Biaya pemasaran 3)	350	-
-Margin keuntungan	150	-
c.Harga jual	10.100	90,58
<b>4. Pedagang Grosir</b>		
a.Harga beli	10.100	90,58
b.Margin pemasaran	400	3,59
-Biaya pemasaran 2)	250	-
-Margin keuntungan	150	-
c.Harga jual	10.500	94,17
<b>5. Pengecer</b>		
a.Harga beli	10.500	94,17
b.Margin pemasaran	650	5,83
-Biaya pemasaran 2)	400	-
-Margin keuntungan	250	-
c.Harga jual	11.150	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

yang dilakukan oleh pedagang pengumpul ketika menjual produknya yaitu secara tunai dengan harga jual pada padi sawah di tingkat petani besar Rp. 4.000/kg (Julian dkk., 2019).

Menurut Tomeck dan Robinson (1990) dalam Rosmawati (2009) analisis margin pemasaran untuk mengetahui tingkat kompetisi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi pangan. Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima produsen dengan

harga yang dibayarkan oleh konsumen. Menurut Januwia, Dunia dan Indrayani jumlah margin yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran sangat ditentukan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran dan proses pemasaran. Semakin tinggi margin pemasaran maka akan menyebabkan harga yang diterima petani (*farmer share*) akan semakin kecil (Indrayani dkk., 2014). *Farmer share* memiliki hubungan negatif dengan margin tataniaga.

Sedangkan menurut Supriatna, bahwa sistem distribusi pangan dari produsen ke konsumen dapat terdiri dari beberapa rantai tataniaga 2 (*marketing channels*) dimana masing-masing pelaku pasar memberikan jasa yang berbeda. Besar keuntungan setiap pelaku tergantung pada struktur pasar di setiap tingkatan, posisi tawar, dan efisiensi usaha masing-masing pelaku (Supriatna, 2002).

### KESIMPULAN

Terdapat dua saluran pemasaran padi sawah di Desa Bukit Peninjauan II yaitu : Saluran Pemasaran I : Petani -> Pedagang Pengumpul -> Pengecer -> konsumen  
Saluran Pemasaran II : Petani -> Pedagang Pengumpul -> Pedagang Besar -> Grosir -> Pengecer -> konsumen. Margin pemasaran dan *Farmer Share* pada Saluran Pemasaran I dan II adalah pada pedagang pengecer yaitu 10% dengan *farmer share* 81,81 % dan 5,83% dengan *farmer share* 80,72 %. Saluran pemasaran padi sawah di Desa Bukit Peninjauan II sudah efisien, dilihat dari *farmer share* yang tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Darus. (2018). Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. *Agribisnis*, V21 No.1. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/agr/article/download/1492/1063>
- Indrayani, L., Dunia, Ketut, I., Januwia, & Kadek, I. (2014). Analisis Saluran

- Pemasaran Usahatani Jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Tahun 2013. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1), 5289. <https://doi.org/10.0/CSS/ALL.CSS>
- Isontase, Sarina, & Prihanani. (2017). Analisa Efisiensi Usaha Tani Padi Sawah Di Desa Padang Siring Kecamatan Seginim Kabupaten Bengkulu Selatan. *Agroqua*, V1 No.15. <https://journals.unihaz.ac.id/index.php/agroqua/issue/view/34>.
- Iswandi, R., Syahbudin, & Lubis, K. S. (2019). Analisis Pola Saluran Pemasaran Komoditas Padi Di Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat. *Jurnal Agriuma*, V1 No.1(947), 421-423. [https://doi.org/10.2473/shigentoso\\_zai1953.83.947\\_421](https://doi.org/10.2473/shigentoso_zai1953.83.947_421)
- Julian, J., Isyanto, A. Y., & Sudrajat, S. (2019). Analisis Saluran Pemasaran Kelapa (Suatu Kasus di Desa Selasari Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(2), 278. <https://doi.org/10.25157/JIMAG.V612.2459>
- Rahim, & Hastuti. (2007). *Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya.
- Rosmawati, H. (2009). Analisis Surplus dan Distribusi Pemasaran Beras Produksi Petani Kecamatan Buay Madang Kabupaten OKU timur. *Agronobis*, 1(1), 99-116.
- Sarina, & Hermawati. (2018). *Analisis Pendapatan dan Konsumsi Petani Padi Sawah di Desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma*.
- Sarina, & Hermawati. (2020). Harga Pokok dan Efisiensi Usahatani Padi Sawah di Desa Bukit Peninjauan II Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. *Agribisnis*, V.22 No.1, 108-

116.  
<https://journal.unilak.ac.id/index.php/agr/article/view/3488/2257>
- Soekartawi. (2010). *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada.
- Supriatna. (2002). *Analisis Sistem Pemasaran Gabah/Beras (Studi Kasus Petani Padi Di Sumatra Utara*. Academia.edu.  
[https://www.academia.edu/32167528/ANALISIS\\_SISTEM\\_PEMASARAN\\_GABAH\\_BERAS\\_Studi\\_Kasus\\_Petani\\_Padi\\_di\\_Sumatra\\_Utara\\_ADE\\_SUPRIATNA\\_1](https://www.academia.edu/32167528/ANALISIS_SISTEM_PEMASARAN_GABAH_BERAS_Studi_Kasus_Petani_Padi_di_Sumatra_Utara_ADE_SUPRIATNA_1)
- Suwardi, G. N., Darusman, Y., & Ramdan, M. (2017). Halaman | 624. *AGROINFO*, V4 No.1.  
<https://media.neliti.com/media/publications/276029-analisis-saluran-pemasaran-padi-sawah-sud675da1e.pdf>
- Widodo. (2013). *Konsumsi beras masyarakat Indonesia tertinggi di dunia*. Antaranews.  
<https://www.antaranews.com/berita/398839/konsumsi-beras-masyarakat-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- wikipedia. (2016). *Profil Desa Bukit Peninjaun II*.  
<https://search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E210US91215G0&p=Profil+Desa+Bukit+Peninjaun+II>