



Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)

Available online <http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/iiperta>

Analisis Pemasaran Gabah (Studi Kasus: Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang)

Grain Marketing Analysis (Case Study: Serdang Village, Beringin, Deli Serdang District)

Sri Leli Sitorus¹⁾, Khairul Saleh¹⁾, Mitra Musika Lubis^{1)*}

1)Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran gabah di Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian dilaksanakan dari bulan April sampai Juni 2016. Pengambilan sampel Petani dilakukan dengan metode *proportionate stratified random sampling* sebanyak 53 petani. Sedangkan Sampel pedagang pengumpul di ambil dengan metode sensus yaitu sebanyak 3 pedagang dan untuk pedagang kilang di ambil sebanyak 3 pedagang dengan metode *Purposive sampling*. Sehingga jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 59 sampel. Responden penelitian ini adalah petani padi di lokasi dan lembaga-lembaga terkait dalam pemasaran gabah. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang akan digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran gabah di lokasi penelitian yaitu, saluran pertama dimulai dari petani sampai pada pedagang kilang di Kecamatan Beringin. Saluran kedua dimulai dari petani, pedagang pengumpul selanjutnya sampai pada pedagang kilang Kecamatan Beringin. Margin pemasaran terbesar adalah Rp.4.500 terdapat pada saluran I dan Saluran yang lebih efisien terdapat pada saluran II dengan nilai efisiensi sebesar 12,61%.

Kata Kunci: Gabah, Saluran Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran.

Abstract

This study aimed to determine the grain marketing channels in Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Deli Serdang and to determine the efficiency of grain marketing in Serdang Beringin Subdistrict, Deli Serdang regency. Farmers sampling was conducted using proportionate stratified random sampling 53 farmers. While traders Sampel taken by the census method that was as much as three merchants and traders to take as much refinery in three traders with purposive sampling method. Beringin the total number of samples in this study was 59 samples. The results showed that there were two channels of grain marketing research location that was, the first channel starts from farmers to traders refinery in District Beringin. The second channel starts from farmers, collectors next to the refinery merchant Beringin Subdistrict. The marketing margin was Rp. 4.500 contained in the channel I and the channel more efficient contained in the channel II with the value of an efficiency of 12,61%.

Keywords: Grain, Channel Marketing, and Marketing Efficiency

How to Cite: Sri, L.S. Khairul, S. & Mitra, M.L. (2016). Analisis Pemasaran Gabah. Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA), 1 (2): 106-111

*E-mail: mitra.lubis@yahoo.co.id



PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sumber kehidupan bagi sebagian besar penduduk Negara berkembang seperti Indonesia. Padi merupakan produk pertanian pangan yang utama dalam upaya pemenuhan kebutuhan pangan nasional dan memberikan lapangan pekerjaan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Beberapa faktor yang menyebabkan pentingnya keberadaan padi di Indonesia diantaranya (1) proses produksi beras menyediakan kesempatan kerja bagi 21 juta keluarga petani, (2) beras merupakan bahan pangan pokok bagi sekitar 95 persen penduduk Indonesia, dan (3) sekitar 30 persen dari total pengeluaran rumah tangga miskin dialokasikan untuk membeli beras (Suryana et al, 2001). Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2014 Perkembangan luas panen dan produksi padi Sumatera Utara selama periode 2003-2013 rata-rata mengalami peningkatan sebesar 0,92 persen per tahun. Peningkatan ini disebabkan bertambahnya produksi padi sawah dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 1,12 persen per tahun.

Kabupaten yang memberikan kontribusi terbesar luas panen padi sawah pada tahun 2014 yaitu Kabupaten Simalungun 103.338 Ha atau 14,41 persen, disusul Kabupaten Deli Serdang 74.926 Ha atau 10,45 persen, disusul Kabupaten Langkat 65.995 Ha atau 9,20 persen, Kabupaten Serdang Bedagai 66.548 Ha atau 9,28 persen, Kabupaten Mandailing Natal 38.794 Ha atau 5,41 persen, dan Kabupaten Batu bara 34.118 Ha atau 4,76 persen terhadap total luas panen padi sawah di Sumatera Utara (Badan Pusat Statistik, 2015). Kabupaten Deli Serdang terkenal dengan hasil pertanian yaitu padi sawah. Meskipun Kabupaten Deli Serdang memberikan kontribusi kedua luas panen padi di Sumatera Utara, namun produksi padi untuk Kabupaten Deli Serdang selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut Data Statistik tahun 2011-2015 produksi padi sawah di Kabupaten Deli Serdang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Luas Panen, Produksi Dan Rata-Rata Produksi Padi Sawah Kabupaten Deli Serdang, Tahun 2010-2014.

No	Tahun	Luas Panen/Ha	Produksi/ton	Rata-rata Produksi Kw/Ha
1	2010	84.582	426.227	50,39
2	2011	84.286	445.597	52,87
3	2012	80.508	446.055	55,41
4	2013	79.472	448.479	56,24
5	2014	74.481	423.060	56,80

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2011- 2015.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan produksi padi sawah di Kabupaten Deli Serdang mengalami peningkatan setiap tahunnya, yaitu di mulai pada tahun 2010 produksi padi sawah di Kabupaten Deli Serdang sebesar 426.227 ton dengan rata-rata produksi 50,39 kw/ha, terus mengalami peningkatan sampai tahun 2013 yaitu sebesar 448.479 ton dengan rata-rata produksi 56,24 kw/ha. Namun pada tahun 2014 produksi padi sawah di Kabupaten Deli Serdang mengalami sedikit yaitu sekitar 5,66% atau 56,80 kw/ha.

Kecamatan Beringin terdiri dari 11 desa dengan mata pencaharian utama penduduk umumnya dibidang pertanian yang mengusahakan beberapa jenis tanaman pangan seperti padi, jagung, kedelai (Badan Pusat Statistik, 2015). Secara lengkap luas

panen dan produksi tanaman pangan di Kecamatan Beringin tahun 2014 dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Luas Panen dan Produksi Tanaman Pangan di Kecamatan Beringin Tahun 2014.

No	Jenis komoditi di Kecamatan Beringin	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Rata-rata produksi (kw/ha)
01	Padi	5.103	319550	62,62
02	Jagung	87	4680	53,79
03	Kedelai	15	150	15,00
04	Kacang hijau	3	30	10,00
05	Kacang tanah	12	130	10,83
06	Ubi kayu	10	2940	294,00
07	Ubi jalar	37	4510	121,89

Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Beringin Dalam Angka 2015

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa komoditi unggulan Kecamatan Beringin adalah padi dengan luas panen 5.103 Ha, jumlah produksi 319.550 ton dan Rata-rata produksi 62,62 Kw/Ha.

Desa Serdang merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Beringin yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani yang mengusahakan padi sawah dengan luas lahan 284 Ha. Hal ini sesuai dengan data Kecamatan Beringin tahun 2016 bahwa terdapat 522 petani yang mengusahakan padi sawah yang tergabung dalam 10 kelompok tani (data desa serdang 2016).

Petani di Desa Serdang sebagian besar menjual hasil panennya langsung kepada pedagang pengumpul tanpa mengolahnya terlebih dahulu karena di saat memulai usahatani mereka telah meminjam modal misalnya uang kepada pedagang pengumpul dengan bunga 7-10 % per bulan, sehingga secara tidak langsung telah terjadi ikatan antara petani dengan pedagang pengumpul.

Terkait dengan hal tersebut petani hanya dapat menjual kepada pedagang pengumpul walaupun petani mengetahui bahwa harga gabah di tingkat pemerintah lebih mahal yaitu berkisar Rp.5.500/kg, namun petani di Desa Serdang lebih memilih menjual gabah ke pedagang pengumpul dengan harga Rp.4.400/kg. Hal ini dikarenakan pemerintah mempunyai syarat dimana pemerintah hanya mau menerima gabah dengan kualitas yang baik, jumlah yang banyak dan keadaan gabah yang benar-benar kering, sedangkan pedagang pengumpul tidak memiliki syarat tersebut.

Jarak tempuh juga menjadi masalah bagi petani di Desa Serdang. Dikarenakan jarak dari lokasi menuju pasar/kilang cukup jauh yang dipastikan akan membutuhkan biaya pengangkutan. Sehingga petani lebih memilih menunggu pedagang pengumpul datang ke lokasi untuk membeli gabah mereka.

Permasalahan yang terjadi dalam pemasaran gabah berdampak pada keuntungan yang diperoleh petani. Oleh karena itu, diperlukan adanya sistem pemasaran yang tepat dalam memasarkan gabah hingga sampai ke pasar/ kilang. Selain itu, pemasaran yang diterapkan harus efisien sehingga dapat memberikan keuntungan kepada petani sehingga hidup petani lebih sejahtera. Sehingga adapun tujuan dari penelitian ini adalah

melihat bagaimana saluran pemasaran gabah serta efisiensi pemasaran gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.

METODE PENELITIAN

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April-Juni 2016. Penelitian ini dilakukan di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang penelitian dilakukan secara "*Purposive sampling*" atau secara sengaja. Diketahui jumlah pedagang pengumpul di Desa Serdang adalah 3 orang, pedagang kilang 9 yang berada di Kecamatan Beringin dan jumlah petani 522 orang yang tergabung dari 10 Kelompok Tani. Untuk memenuhi kebutuhan penelitian maka di ambil sampel pedagang pengumpul secara keseluruhan dari jumlah pedagang pengumpul yang ada di Desa Serdang dengan metode Sensus. Sedangkan untuk pedagang kilang di ambil sebanyak 3 dari 9 pedagang kilang yang ada di Kecamatan Beringin dengan metode *purposive sampling* (secara sengaja) dengan kriteria yaitu kilang yang memiliki kapasitas terbanyak yaitu produksi 25 ton per satu kali pengolahan dan untuk sampel petani akan diambil 10% dari jumlah populasi petani yaitu sebanyak 53 orang. Sehingga jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 59 sampel.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *proportionate stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2008) Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Secara lengkap jumlah populasi petani dan sampel penelitian dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 3. Pengambilan Sampel Menggunakan Metode *Proportionate Stratified Random Sampling* Berdasarkan Jumlah Populasi Petani dan Sampel.

No	Kelompok Tani	Jumlah Populasi Petani	Jumlah Sampel (10%)
1	Perdamean	39	4
2	Mawar	52	5
3	Maju	43	4
4	Serasi	70	7
5	Cinta Dame	45	5
6	Setasiun	49	5
7	Harapan Tani	76	8
8	Kampung Dalam	54	5
9	Pokok Mangga	35	4
10	Lorong Gereja	59	6
Jumlah		522	53

Sumber: Ketua Gapoktan Desa Serdang.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survey. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (*kuesioner*) kepada petani padi di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-

jurnal penelitian, literatur dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik.

Analisis data yang akan digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif. Saluran pemasaran gabah akan dianalisis secara kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana saluran pemasaran gabah di lokasi penelitian. Pengolahan data yang akan dilakukan dengan mentabulasi data secara sederhana dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

Efisiensi pemasaran gabah di analisis secara kuantitatif dengan menggunakan margin pemasaran (Sirait dkk., 2014 ; Simarmata dkk., 2014 ; Harahap, 2015). Menurut Sudiyono (2001) margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga ditingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual).

Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$Mi = Psi - Pbi$$

Dimana:

Mi = Margin pemasaran pasar di tingkat ke-1

Psi = Harga jual pasar di tingkat ke-1

Pbi = Harga beli pasar di tingkat ke-1

Menurut Soekartawi (2003) adapun untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran di daerah penelitian sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100\%$$

Maka apabila saluran pemasaran <50% maka saluran pemasaran efisien, dan jika saluran pemasaran >50% maka saluran pemasaran tidak efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

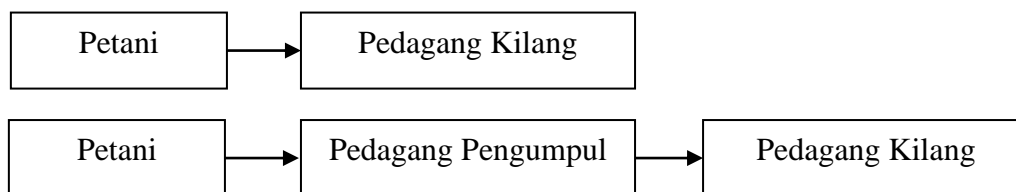
Pemasaran adalah kegiatan akhir dari penanganan pasca panen yang dilakukan petani/produsen terhadap konsumen, lembaga-lembaga pemasaran yang berperan dalam pemasaran gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang dari produsen hingga ke konsumen adalah pedagang pengumpul dan pedagang kilang. Fokus dalam penelitian ini adalah saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.

Pemasaran yang panjang akan melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran sehingga tidak efisien karena akan memperbesar margin pemasaran. Margin pemasaran gabah merupakan selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani/produsen. Keadaan demikian akan menjadi beban bagi konsumen untuk meningkatkan daya belinya dan akan menyebabkan rendahnya harga pada tingkat petani. Maka hal ini jelas akan menurunkan pendapatan yang diterima oleh petani. Sebaliknya dengan menggunakan jalur pemasaran yang pendek, dapat meningkatkan daya beli konsumen dengan harga yang layak dan meningkatkan penerimaan petani, karena dengan saluran pemasaran yang pendek, petani dapat menjual gabah dengan harga yang tinggi.

Lembaga pemasaran merupakan lembaga perantara yang terlibat dalam proses penyampaian barang/jasa dari pihak produsen sampai ketangan konsumen. Pelaku pemasaran gabah yang terlibat didaerah penelitian, yaitu petani, pedagang pengumpul dan pedagang kilang.

Pola Saluran Pemasaran Gabah

Pola saluran pemasaran merupakan gambaran dari proses pemasaran yang dilakukan mulai dari produsen hingga sampai kepada konsumen dengan mekanisme tertentu. Terdapat dua saluran pemasaran gabah yang dimulai dari petani hingga ke kilang di lokasi penelitian yaitu secara lengkap dapat dilihat pada gambar 1:



Bagan 1: Pola Saluran Pemasaran Gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.

Analisis Saluran Pemasaran Gabah pada Petani

Saluran Pemasaran I

Pada saluran I, petani di Desa Serdang menjual langsung gabahnya kepada pedagang kilang yang berada di Kecamatan Beringin tanpa melalui pedagang perantara, dengan cara pedagang kilang datang langsung ke lokasi petani yang berjarak 15 Km dari Kecamatan Beringin dan memiliki waktu tempuh 30 menit dengan menggunakan truk. Dimana pedagang kilang membeli gabah yang telah dikemas petani didalam goni/karung yang berkisar kurang lebih 120 Kg per karung. Harga gabah ditentukan oleh pedagang kilang berdasarkan keadaan/kualitas gabah petani. Penjualan gabah langsung kekilang berkisar Rp.4400-Rp.4800 per Kg tergantung baik buruknya gabah petani.

Pedagang kilang juga memiliki syarat dimana gabah yang akan dibeli langsung dilokasi petani minimal 3.000 Kg. apabila gabah lebih kecil dari 3.000 Kg, maka petani harus mengantar gabah langsung ke kilang dan petani akan dibebankan oleh biaya pengangkutan. Saluran pemasaran I ini tidak menggunakan lembaga pemasaran manapun, dan oleh karena itu merupakan saluran yang memiliki rantai pemasaran paling pendek.

Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran II, petani di Desa Serdang menjual gabahnya kepada pedagang pengumpul yang juga tinggal di Desa Serdang dengan cara pedagang pengumpul datang langsung ke lokasi petani yang berjarak kurang lebih 1 km dari lokasi pedagang pengumpul dengan waktu tempuh kurang lebih 10 menit dengan menggunakan pick up. Dimana pedagang pengumpul membeli gabah yang telah dikemas petani didalam goni/karung yang berkisar kurang lebih 120 kg per goni/karung. Harga beli gabah dari petani ditentukan oleh pedagang pengumpul berdasarkan keadaan/kualitas gabah milik petani.

Di lokasi penelitian, pedagang pengumpul membeli gabah mulai harga Rp.4300-Rp.4800/Kg tergantung keadaan/kualitas gabah petani. Pedagang pengumpul tidak melakukan fungsi penyimpanan karena gabah yang dibeli dari petani akan langsung dijual ke pedagang kilang yang ada di Kecamatan Beringin. Hal ini dikarenakan pedagang pengumpul ingin menghindari adanya penyusutan, dengan cara pedagang kilang mengambil langsung kelokasi pedagang pengumpul dengan menggunakan truk.

Pada Saluran pemasaran II terlihat bahwa saluran ini menggunakan satu perantara yakni pedagang pengumpul. Disini pedagang pengumpul Desa langsung membeli gabah dari petani, kemudian pedagang pengumpul menjual gabah langsung ke Pedagang Kilang di Kecamatan Beringin. Saluran ini disebut saluran satu tingkat (*one stage channel*).

Dari kedua saluran diatas yang lebih banyak digunakan petani di lokasi penelitian adalah saluran pemasaran kedua. Dimana pada saluran pemasaran II telah terjadi ikatan antara petani dan pedagang pengumpul karena disaat petani ingin memulai usahatannya, pedagang pengumpul memberikan pinjaman modal kepada petani maka disaat panen petani harus menjual gabahnya kepada pedagang pengumpul sehingga telah ada hubungan timbal balik antara petani dengan pedagang pengumpul.

Biaya Pemasaran Gabah

Biaya Produksi Petani

Pada setiap produksi per putaran panen membutuhkan pemeliharaan yang akan menimbulkan biaya pemeliharaan. Biaya pemeliharaan yang ditanggung petani adalah sarana produksi dan tenaga kerja. Jenis-jenis biaya produksi yang ditanggung petani adalah biaya sarana produksi (Bibit, Pupuk dan Pestisida). Sedangkan tenaga kerja yang digunakan untuk membantu usahatani adalah tenaga kerja buruh tani (Persiapan lahan, Penanaman, Pemeliharaan dan Panen). Secara lengkap rata-rata biaya produksi, pendapatan dan margin keuntungan petani dapat dilihat pada tabel 9, sebagai berikut:

Tabel 9. Rata-rata Biaya Produksi, Pendapatan dan Margin Keuntungan Petani Per Satu Kali Musim Panen di Desa Serdang, Tahun 2016

No	Keterangan	Uraian	Jumlah
1.	Biaya Produksi	Saran Produksi (Rp/Putaran Panen)	1.023.830
		Tenaga Kerja (Rp/Putaran Panen)	4.830.189
		Total Biaya Produksi (Rp/Putaran Panen)	5.854.019
2.	Produksi dan Produktivitas	Luas Lahan (Ha)	0,77
		Produksi (Kg)	4738
		Produktivitas ((Kg/Ha)	6217
3.	Penerimaan dan Pendapatan	Penerimaan (Rp/Putaran panen)	20.847.200
		Biaya Produksi	5.854.019
		Pendapatan Bersih	14.993.181
4.	Harga Pokok Produksi dan Margin Keuntungan Petani	Harga Pokok Produksi (Rp/Kg)	1.309
		Harga Jual (Rp/Kg)	4.400
		Margin Keuntungan (Rp/Kg)	3.091

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Pada tabel 9 diatas terlihat bahwa total biaya produksi yang dikeluarkan petani per satu kali musim panen adalah sebesar Rp. 5.854.019 per petani. Sebagian besar dari biaya produksi tersebut adalah biaya tenaga kerja (pengolahan lahan, penanaman, penyiangan, pemupukan) yaitu sebesar Rp.4.830.189 per petani, sedangkan biaya sarana produksi (bibit, pupuk, pestisida) per satu kali musim panen sebesar Rp. 1.023.830 per petani.

Produksi usahatani padi di daerah penelitian adalah gabah basah yang diukur dalam satuan kilogram, merupakan berat kilogram dari gabah yang dihasilkan dari lahan seluas yang diusahakan masing-masing petani, sedangkan produktivitas adalah gabah basah yang dihasilkan per satuan hektar usahatani, dihitung dengan cara membagikan jumlah produksi terhadap luas lahan masing-masing petani. Rata-rata luas lahan petani di daerah penelitian adalah sebesar 0,76 ha, dengan produksi gabah yang dihasilkan sebanyak 4738 kg per petani. Setelah dibagikan dengan luas lahan masing-masing petani maka diperoleh rata-rata produktivitas sebesar 6217 kg per Ha.

Penerimaan merupakan total nilai jual hasil gabah, dihitung dengan mengalikan jumlah produksi terhadap harga jual per kg gabah. Petani menjual gabah ke pedagang pengumpul dengan harga jual sebesar Rp.4.300-Rp.4.800 per kg yang ditentukan oleh pedagang pengumpul berdasarkan keadaan/kualitas gabah. Sedangkan petani menjual gabah langsung ke pedagang kilang dengan harga jual Rp.4400- Rp.4800 per kg yang ditentukan oleh pedagang kilang. Pada penelitian ini harga jual gabah terendah di tingkat petani adalah Rp.4300 per kg, sedangkan harga tertinggi gabah di tingkat petani yaitu Rp.4800 per kg. Harga rata-rata penjualan gabah dari petani ke pedagang pengumpul adalah Rp.4400 per kg sedangkan harga rata-rata penjualan gabah dari petani ke pedagang kilang adalah Rp.4500 per kg.

Rata-rata penerimaan dan pendapatan pemasaran gabah di Daerah penelitian adalah sebesar Rp. 20.847.200 per petani per satu kali musim panen. Setelah dikurangi dengan semua biaya produksi yang dikeluarkan per satu kali musim panen, maka petani memperoleh pendapatan bersih sebesar Rp. 14.993.181 per petani per satu kali musim panen.

Harga pokok produksi gabah merupakan biaya yang dikeluarkan petani untuk menghasilkan satu kilogram gabah, yang dapat dihitung dengan cara membagikan total biaya produksi terhadap total produksi. Sedangkan margin keuntungan merupakan laba yang diperoleh petani dari per kilogram gabah, dihitung dengan cara mengurangkan harga pokok produksi dari harga jual ditingkat petani. Harga pokok produksi gabah adalah sebesar Rp.1.309 per kg, sedangkan harga jualnya adalah sebesar Rp.4.400 per kg. Dengan demikian, keuntungan yang diperoleh petani adalah sebesar Rp.3.091 per kg. Jika dipersentasikan, maka margin keuntungan petani adalah 70,25 % dari harga jual, sedangkan biaya produksinya mencapai 29,75 % dari harga jual.

Pembelian dan Penjualan Gabah Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan lembaga pemasaran gabah yang terdapat di daerah penelitian. Kegiatan pedagang pengumpul adalah membeli gabah dari petani, kemudian menjualnya ke pedagang kilang yang berada di Kecamatan Beringin. Secara

lengkap jumlah rata-rata pemasaran gabah yang di lakukan pedagang pengumpul per hari per satu kali musim panen dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Jumlah Rata-Rata Pembelian dan Penjualan Gabah Pedagang Pengumpul Per Hari Per Satu Kali Musim Panen di Desa Serdang, Tahun 2016

Uraian	Jumlah
Jumlah Pembelian (Kg/hari)	20.000
Harga Beli (Rp/Kg)	4.400
Nilai Pembelian (Rp)	88.000.000
Harga Jual (Rp/Kg)	4.500
Nilai Penjualan (Rp)	90.000.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Pada tabel 10 dapat dilihat bahwa pedagang pengumpul membeli gabah dari petani sebanyak 20.000 kg per hari per satu kali musim panen. Dengan harga beli sebesar Rp.4.400 per kg, maka nilai pembelian pedagang pengumpul mencapai sebesar Rp.88.000.000 per pedagang per hari. Dimana selama satu kali musim panen pemasaran gabah berlangsung selama 10 hari sehingga tiap pedagang pengumpul dapat mengumpulkan gabah sebanyak 200.000 kg per satu kali musim panen.

Sedangkan jumlah rata-rata gabah yang dijual pedagang pengumpul ke pedagang kilang adalah sebanyak 20.000 Kg per hari. Dengan harga jual sebesar Rp.4.500 per kg, maka pedagang pengumpul memperoleh nilai penjualan sebesar Rp.90.000.000 per hari. Jumlah gabah yang dijual pedagang pengumpul sama dengan jumlah pembelian. Hal ini disebabkan karena pedagang pengumpul langsung menjual gabah ke pedagang kilang. Pedagang pengumpul tidak melakukan fungsi penyimpanan karena pedagang pengumpul tidak memiliki tempat untuk menyimpan gabah dan ingin menghindari adanya penyusutan sehingga gabah yang dibeli dari petani akan langsung dijual ke pedagang kilang.

Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul

Jenis biaya pemasaran yang ditanggung pedagang pengumpul didaerah penelitian adalah biaya tenaga kerja dan biaya transportasi. secara lengkap biaya pemasaran pedagang pengumpul dapat dilihat pada tabel 11, sebagai berikut:

Tabel 11. Biaya Pemasaran Gabah Pedagang Pengumpul per Hari Per Satu Kali Musim Panen.

Uraian	Total (Rp)	Rp/kg
Biaya Tenaga Kerja	240.000	12
Transportasi	200.000	10
Total Biaya Pemasaran	440.000	22

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Dari tabel 11, dapat dilihat bahwa jenis biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang pengumpul didaerah penelitian adalah biaya tenaga kerja dan biaya transportasi. Dimana rata-rata pedagang pengumpul membutuhkan 3 orang tenaga kerja (bongkar muat) dengan upah Rp. 80.000 per orang. Sehingga biaya yang dikeluarkan

pedagang pengumpul untuk upah tenaga kerja per hari adalah Rp.240.000 atau Rp.12 per kg. Sedangkan biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengumpul per hari adalah Rp. 200.000 atau Rp.10 per kg. Sehingga total biaya pemasaran yang ditanggung pedagang pengumpul didaerah penelitian adalah Rp. 440.000 atau Rp.22 per kg per hari.

Keuntungan Pedagang Pengumpul

Keuntungan pedagang pengumpul merupakan selisih dari nilai penjualan gabah dengan nilai pembelian gabah dan biaya pemasaran. Secara lengkap keuntungan pedagang pengumpul dapat dilihat pada tabel 12, sebagai berikut:

Tabel 12. Keuntungan Pedagang Pengumpul per hari per Satu Kali Musim Panen di Desa Serdang, Tahun 2016

Uraian	Total (Rp)	Rp/kg
Penerimaan	90.000.000	4.500
Nilai Pembelian	88.000.000	4.400
Biaya Pemasaran	440.000	22
Keuntungan	1.560.000	78

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Dari tabel 12 diatas terlihat bahwa dari total penerimaan pedagang pengumpul sebesar Rp.90.000.000 atau Rp.4.500 per kg per hari. Keuntungan yang diperoleh setelah dikurangi dengan nilai pembelian dan biaya pemasaran adalah sebesar Rp.1.560.000 per hari atau Rp. 78 per kg.

Pembelian Gabah Pedagang Kilang

Kapasitas gabah yang dibeli pedagang kilang baik dari petani maupun pedagang pengumpul sebanyak 25 ton atau 25.000 kg dalam satu kali pengolahan. Secara lengkap jumlah pembelian gabah pedagang kilang dapat dilihat pada tabel 13, sebagai berikut:

Tabel 13. Jumlah Rata-Rata Pembelian Gabah Pedagang Kilang Per Satu Kali Pengolahan di Desa Serdang, Tahun 2016

Uraian	Jumlah
Jumlah Pembelian (Kg)	25.000
Harga Beli (Rp/Kg)	4.500
Nilai Pembelian (Rp)	112.500.000
Marketing loss:	
Persen Susut Bobot (%)	8
Jumlah Susut Bobot (Kg)	2.000
Nilai (Rp)	9.000.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Dari tabel 13 terlihat bahwa jumlah rata-rata gabah yang diterima pedagang kilang per satu kali pengolahan sebanyak 25 ton atau 25.000 kg. Dengan harga jual Rp.4.500 per kg, maka pedagang kilang memperoleh nilai pembelian sebesar Rp. 112.500.000 per

satu kali pengolahan. Jumlah susut bobot gabah pada pedagang kilang adalah .000 kg atau 8% dari jumlah pembelian. Jika dikalikan dengan harga pembelian maka nilai marketing loss yang harus di tanggung pedagang kilang adalah sebesar Rp.9.000.000.

Biaya Pengolahan Pedagang Kilang

Jenis biaya pengolahan gabah yang ditanggung pedagang kilang di daerah penelitian adalah Biaya Tetap yang terdiri dari: biaya penyusutan, listrik dan pajak bumi/bangunan dan Biaya Variabel yang terdiri dari: bahan bakar minyak, biaya pengemasan (goni) dan biaya tenaga kerja. Secara lengkap biaya pengolahan pedagang kilang dapat dilihat pada tabel 14, sebagai berikut:

Tabel 14. Total Biaya Pengolahan Pedagang Kilang per Satu Kali Pengolahan Di Desa Serdang, Tahun 2016

Uraian	Total (Rp)	Rp/kg
Biaya Tetap:		
Penyusutan Peralatan	10.000.000	438
Listrik	300.000	13
Pajak Bumi dan Bangunan	2.500.000	109
Biaya Variabel:		
Bahan Bakar Minyak	900.000	39
Pengemasan (Goni)	1.611.000	70
Tenaga Kerja	1.525.000	66
Total Biaya Pengolahan	16.836.000	735

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Dari tabel 14 terlihat bahwa total biaya pengolahan yang dikeluarkan pedagang kilang selama satu kali pengolahan yaitu sebesar Rp. 16.836.000 atau Rp.735 per kg. Biaya pengolahan yang paling besar yang di tanggung pedagang kilang adalah penyusutan peralatan yaitu sebesar Rp.10.000.000 atau Rp.438 per kg. Kemudian disusul dengan biaya pajak bumi dan bangunan dimana pedagang kilang mengeluarkan biaya sebesar Rp.2.500.000 atau Rp.109 per kg. Selanjutnya pengemasan beras didalam goni dimana dari 23.000 kg gabah yang digiling diperoleh beras sebanyak 16.100 kg. Pengemasan beras didalam goni yang berukuran 30 kg per goni, jadi untuk mendapatkan biaya pengemasan maka jumlah beras dibagikan dengan kapasitas goni dan kemudian dikalikan dengan harga goni yaitu Rp.3.000 per goni maka biaya pengemasan sebesar Rp. 1.611.000 atau Rp.70 per kg.

Biaya Pemasaran Pedagang Kilang

Jenis biaya pemasaran yang ditanggung pedagang kilang didaerah penelitian adalah biaya pengolahan, biaya transportasi serta nilai penyusutan gabah (*marketing loss*). Secara lengkap dapat dilihat pada tabel 15, sebagai berikut:

Tabel 15. Biaya Pemasaran Pedagang Kilang Per Satu Kali Pengolahan di Desa Serdang, Tahun 2016

Uraian	Total	Per Kg
Biaya Pengolahan	16.836.000	735
Transportasi	500.000	20
Marketing loss	9.000.000	360
Total Biaya Pemasaran	26.336.000	1115

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Dari tabel 15 dapat dilihat bahwa biaya pengolahan sebesar 16.836.000 atau Rp. 735 per kg. selanjutnya biaya transportasi untuk satu kali pengangkutan dengan truk kapasitas 15 ton sebesar Rp.250.000, Jadi untuk mengangkut sebanyak 25 ton dibutuhkan dua kali pengangkutan sehingga biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang kilang sebesar Rp. 500.000 atau Rp. 20 per kg dan biaya marketing loss sebesar Rp.9.000.000 atau Rp.360 per kg. Sehingga total biaya pemasaran yang ditanggung pedagang kilang selama satu kali pengolahan adalah sebesar 26.336.000 atau Rp. 1.115 per kg dari gabah yang dipasarkan.

Efisiensi Pemasaran Gabah

Margin Pemasaran Gabah Saluran I

Saluran Pemasaran I yaitu dari petani langsung ke pedagang kilang yang merupakan saluran tingkat nol tanpa adanya pedagang perantara. Pada saluran tersebut petani akan memperoleh harga jual yang lebih tinggi, yaitu harga kilang. Tetapi saluran ini jarang digunakan petani di Desa Serdang karena lahan yang dikelola petani cukup sempit sehingga produksi yang dihasilkan juga sedikit selain itu jarak tempuh dari Kecamatan Beringin menuju lokasi petani cukup jauh. Oleh sebab itu Pedagang kilang di Kecamatan Beringin tidak melayani transaksi dengan jumlah sedikit, sehingga petani hanya dapat menjualnya kepada pedagang pengumpul. Untuk melihat margin pemasaran gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat secara lengkap pada tabel 16, sebagai berikut:

Tabel 16. Margin Pemasaran Gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang pada saluran I, Tahun 2016

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Share Margin (%)
Petani			
Harga Jual	4.500	0	
Pedagang Kilang			
Harga Beli	4.500		
Margin Pemasaran		4.500	50
Biaya Pemasaran		1.115	12,39
Marketing Loss		360	4
Keuntungan Pedagang Kilang		3.025	33,61
Harga Jual (beras)	9.000		

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Pada tabel 16 diatas dapat dilihat bahwa saluran pemasaran I besarnya margin pemasaran gabah adalah sebesar Rp. 4.500 per kg. Sedangkan untuk keuntungan pedagang kilang sebesar Rp. 3.025 per kg dan nilai *share margin* keuntungan pedagang kilang adalah sebesar 33,61 persen (%).

Margin Pemasaran Gabah Saluran II

Saluran Pemasaran II merupakan saluran tingkat satu karena terdapat satu pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul. Saluran tersebut banyak digunakan petani dilokasi penelitian dengan perhitungan margin pemasaran pada tabel 17, sebagai berikut:

Tabel 17. Margin Pemasaran Gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang pada saluran II, Tahun 2016

Uraian	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Share Margin (%)
Petani			
Harga Jual	4.400	0	
Pedagang Pengumpul			
Harga Beli	4.400		
Margin Pemasaran:		100	1,11
Biaya Pemasaran		22	0,24
Keuntungan Pedagang		78	0,87
Harga Jual	4.500		
Pedagang Kilang			
Harga Beli	4.500		
Margin Pemasaran		4.500	50
Biaya Pemasaran		1.115	12,39
Marketing loss		360	4
Keuntungan Pedagang		3.025	33,61
Harga Jual (beras)	9.000		

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Dari tabel 17 terlihat bahwa margin pemasaran gabah yang diperoleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 100 per kg, Sedangkan untuk keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 78 per kg dan nilai *share margin* keuntungan pedagang pengumpul adalah sebesar 0,87 persen (%).

Kemudian pedagang pengumpul melanjutkan saluran pemasaran selanjutnya dengan menjual gabah yang dibeli dari petani ke pedagang kilang sehingga dapat diketahui margin pemasaran yang diperoleh pedagang kilang adalah sebesar Rp. 4.500 per kg, Sedangkan untuk keuntungan yang diperoleh pedagang kilang sebesar Rp. 3.025 per kg dan nilai *share margin* keuntungan pedagang kilang adalah sebesar 33,61 persen (%).

Analisis Efisiensi Pemasaran menurut Soekartawi, 2003 adalah Biaya Pemasaran dikali 100% dari Nilai Produk yang dipasarkan. Apabila kurang dari 50% saluran pemasaran dikatakan efisien, dan jika saluran pemasaran lebih besar dari 50% maka saluran pemasaran tidak efisien, penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai efisiensi pemasaran pada tiap-tiap saluran.

Dari perhitungan, tingkat efisiensi saluran pemasaran gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang pada saluran I adalah sebesar 24,78 %, dan 12,63 % pada saluran II. Maka dapat dikatakan saluran pemasaran gabah didaerah penelitian efisien, karena nilai efisiensi pemasaran lebih kecil dari 50%.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa petani di Desa Serdang telah melakukan pemasaran yang tepat. Karena setelah dianalisis saluran pemasaran II merupakan saluran yang lebih efisien diantara kedua saluran tersebut.

Saluran pemasaran II merupakan saluran yang lebih panjang dibandingkan dengan saluran pemasaran I, akan tetapi saluran tersebut merupakan saluran yang lebih efisien. Karena dilihat dari permasalahan yang ada di lapangan yaitu disaat ingin memulai usahataniya, petani telah meminjam modal kepada pedagang pengumpul sehingga telah adanya ikatan antara petani dengan pedagang pengumpul.

Dalam pemasaran gabah baik dari petani ke pedagang kilang maupun ke pedagang pengumpul petani tidak dikenakan biaya apapun, termasuk biaya pengemasan (goni) karena disediakan oleh pedagang. Petani hanya menunggu pedagang datang ke lokasi untuk membeli gabah mereka. Tetapi pada saluran I adanya syarat yang dibebankan kepada petani yaitu batas penjualan gabah minimal 3000 kg, apabila gabah dibawah dari syarat tersebut maka petani harus mengantar langsung ke lokasi pedagang kilang sehingga biaya transportasi akan ditanggung oleh petani. Hal ini yang menyebabkan petani lebih memilih saluran II yaitu menjual ke pedagang pengumpul.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai Analisis Pemasaran Gabah di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang dapat diambil kesimpulan terdapat dua pola saluran pemasaran gabah yang digunakan petani di Desa Serdang, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang dalam menyampaikan produksinya, yaitu saluran I dari petani sampai pada pedagang kilang dan saluran II dari petani ke pedagang pengumpul sampai pada pedagang kilang. Margin pemasaran gabah terbesar adalah RP.4.500 terdapat pada saluran I. Saluran pemasaran gabah yang lebih efisien terdapat pada saluran II dengan nilai efisiensi sebesar 12,61%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*, edisi revisi ke III. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2011). *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2011*. Badan Pusat Statistik. Medan
- _____. (2012). *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2012*. Badan Pusat Statistik. Medan
- _____. (2013). *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2013*. Badan Pusat Statistik. Medan
- _____. (2014). *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2014*. Badan Pusat Statistik. Medan
- _____. (2015). *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik. Medan
- Eysa, P.S. (2011). Analisis Tataniaga Gabah/Beras Dari Kenagarian Cupak Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas. Padang.
- Fatimah, N.S. (2011). Analisis Pemasaran Kentang (*Solanum Tuberosum L*) Di Kabupaten Wonosobo. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Harahap, G. (2015). ANALISIS PENGELOLAAN AGRIBISNIS PETANI HORTIKULTURA STUDI KASUS : KABUPATEN ASAHAN. *JURNAL AGRICA*, 8(2). doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v8i2.1075>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

- Mubyarto. (1989). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- _____. (1997). *Pengantar Ilmu Pertanian*. Yogyakarta: LP3ES-UGM.
- Nitisemito, A. (1982). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Salman. (2014). *Pengolahan Tanah Tanaman Padi*. Cianjur: Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Pertanian.
- Simarmata, O., Afifuddin, S., & Kardhinata, E. (2014). ANALISIS FAKTOR KEPEMIMPINAN KOMPENSASI DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP PRODUKTIVITAS TENAGA KERJA PADA PT. INDUSTRI KARET DELI MEDAN. *JURNAL AGRICA*, 8(1), 17-32. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v8i1.1301>
- Sirait, P., Lubis, Z., & Sinaga, M. (2014). ANALISIS SISTEM INTEGRASI SAPI DAN KELAPA SAWIT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PETANI DI KABUPATEN LABUHANBATU. *JURNAL AGRICA*, 8(1), 1-16. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v8i1.1062>
- Soekartawi. (2003). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sudarsono. (1998). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta Barat: LP3ES.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Utomo & Naza. (2003). *Bertanam Padi Sawah Tanpa Olah Tanah*. Jakarta: Penebar Swadaya