

## Analisis Pemasaran Beras di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru Provinsi Maluku

Nur Fitri Utami<sup>1\*</sup>, Martha Turukay<sup>2</sup>, Ester D. Leatemia<sup>3</sup>

Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura Ambon

Email: nurfitriutami034@gmail.com<sup>1</sup>, marthaturukay@yahoo.com<sup>2</sup>,  
esterdorina.leatemia@gmail.com<sup>3</sup>

---

### Artikel info

#### Artikel history

Diterima : 23-04-2022

Direvisi : 06-05-2022

Disetujui : 21-05-2022

**Kata Kunci:** beras; saluran pemasaran; margin; efisiensi

**Keywords:** rice; marketing channel; margins; efficiency

#### Abstrak

Harga beras di pasaran di pengaruhi oleh peran lembaga pemasaran. Dalam hal ini proses pemasaran beras akan mengalami proses panjang dan akan mengalami perubahan harga dari tingkat produsen hingga konsumen akhir sehingga terjadi kesenjangan harga beras antara produsen dan konsumen. Hal ini menjadikan aspek pemasaran beras sebagai kegiatan yang penting dalam penentuan pendapatan petani. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, margin, dan efisiensi pemasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah petani padi sawah sebanyak 762, Penentuan sampel menggunakan metode slovin, sehingga responden yang terpilih sebanyak 42 petani. dalam Penentuan responden pedagang dilakukan dengan cara penjajakan (tracing sampling), Sampel responden pedagang sebanyak 10 orang yaitu 6 penggiling, 2 pengumpul besar, dan 2 pedagang pengecer. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis margin pemasaran, dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 pola saluran pemasaran beras di Desa Debowae yaitu: petani-penggiling-konsumen, petani-penggiling-pengecer-konsumen, petani-penggiling-pengumpul besar-konsumen, petani-penggiling-pengumpul besar-pengecer-konsumen, serta petani-pengumpul besar-pengecer-konsumen. Total margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp.2.000/kg sedangkan total margin yang paling rendah berada pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp.467/kg. Kesimpulannya saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran I dengan nilai efisiensi terkecil yaitu 3,35 persen.

#### Abstract

The price of rice in the market is influenced by the role of marketing agencies. In this case, the rice marketing process will undergo a long process and will experience price changes from the producer level to the final consumer, resulting in a rice price gap between producers and consumers. This makes the rice marketing aspect an important activity in determining farmers' income. The purpose of this study is to determine marketing channels, margins, and marketing efficiency. The population in this study were 762 lowland rice farmers. Determination of the sample using the slovin method, so that the selected respondents were 42 farmers. The determination of the merchant respondents was carried out by tracing (tracing sampling). The sample of the respondents was 10 traders, namely 6 grinders, 2 large collectors, and 2 retailers. The analytical tools used are descriptive analysis, marketing margin analysis, and marketing efficiency analysis. The results showed that there were 5 patterns of rice marketing channels in Debowae Village, namely: farmers-grinders-consumers, farmers-grinders-retailers-consumers, farmers-grinders-large collectors-consumers, farmers-grinders-big collectors-retailers-consumers, and farmers-big collectors-retailers-consumers. The highest total marketing margin is in marketing channel II, which is IDR. 2,000/kg, while the lowest total margin is in marketing channel I, which is IDR.467/kg. The most efficient marketing channel is channel I with the smallest efficiency value of 3.35 percent.



## Pendahuluan

Beras merupakan komoditas yang memegang posisi strategis dalam pembangunan pertanian. Diperkirakan lebih dari 95 persen masrakat Indonesia mengkonsumsi beras, ([Muhdiar & Halimah, 2018](#)). Beras adalah komoditas pangan utama yang mempengaruhi kesejahtraan masyarakat ([Septiadi, 2016](#)). Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Faktanya, nasi adalah salah satu makanan terpenting di dunia. Peran beras sebagai salah satu makanan pokok utama Indonesia saat ini sulit tergantikan dengan makanan pokok lainnya. Ketergantungan pada pangan ini disebabkan oleh fakta bahwa beras merupakan makanan utama sebagian besar masyarakat Indonesia ([Wuryantoro & Ayu, 2021](#)).

Salah satu Provinsi yang menjadikan beras sebagai makanan pokok adalah Provinsi Maluku dengan jumlah penduduk 1.848.923 jiwa ([Badan Pusat Statistik, 2020a](#)). Preferensi untuk nasi begitu besar sehingga bahkan pola makanan pokok non-beras pun beralih ke nasi ([Litiloly et al., 2021](#)). Maluku merupakan negara kepulauan dengan 1.286 pulau, beberapa di antaranya tergolong pulau besar ([Badan Pusat Statistik, 2019](#)).

Kabupaten Buru merupakan salah satu Kabupaten di Maluku yang memiliki 10 kecamatan dengan luas wilayah 7.595,58 km<sup>2</sup> ([Badan Pusat Statistik, 2020a](#)). Salah satu kecamatan yang *mensupply* beras di Kabupaten Buru adalah Kecamatan Waelata yang memiliki luas 234.50 km<sup>2</sup> ([Badan Pusat Statistik, 2020b](#)). Kecamatan Waelata merupakan salah satu sub sektor pertanian utama yang terdiri dari sub sektor tanaman pangan, sub sektor tanaman, dan sub sektor peternakan. Pada subsektor tanaman pangan, padi merupakan tanaman pangan yang menghasilkan produktivitas tertinggi karena lahan pertanian di Kecamatan Waelata sebagian besar adalah lahan sawah. Luas panen dan produksi tanaman pangan di Kecamatan Waelata dapat di lihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.**

**Luas tanam, luas panen, produktivitas, dan produksi tanaman pangan menurut jenis tanaman di Kecamatan Waelata, 2020**

<b>Jenis Tanaman</b>	<b>Luas Tanam (Ha)</b>	<b>Luas Panen (Ha)</b>	<b>Produktivias (Ton/Ha)</b>	<b>Produksi (Ton)</b>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Padi Sawah	5.286,00	3.736,00	4,62	17.260,32
Padi Ladang	364,00	172,00	4,15	713,80
Ubi Kayu	21,00	19,00	22,52	427,88
Ubi Jalar	58,00	54,00	21,54	1.163,16
Jagung	257,00	193,00	4,72	910,96

Jenis Tanaman	Luas Tanam (Ha)	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Ton/Ha)	Produksi (Ton)
Kacang Tanah	31,00	29,00	2,37	68,73
Kacang Kedelai	-	-	-	-
Talas	-	-	-	-
Kacang Hijau	3,00	-	-	-
Jumlah	6.020,00	4.203,00	59,92	20.544,85
2019	3.712,00	4.394,50	57,68	19.411,42

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Buru, 2020

Pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa beras merupakan produk unggulan di Kecamatan Waelata yang memiliki fungsi sebagai makanan pokok masyarakat sehingga harus terus diupayakan pengembangannya. Sebagian besar petani di Kecamatan Waelata memiliki usahatani padi sawah sehingga produksi pangan tertinggi adalah padi sawah yaitu sebesar 17.260,32 ton dengan luas panen 3.736,00 ha. Tingginya produksi suatu komoditas yang diperoleh per satuan luas lahan belum menjamin tingginya suatu pendapatan. Besar atau kecilnya suatu Pendapatan ditentukan oleh hasil produksi dan harga jual ([Ferawati & Syam, 2021](#)). Nilai petani memegang peranan penting dalam menentukan pendapatan petani. Sementara itu, harga beras didasarkan pada serangkaian transaksi dari produsen ke konsumen akhir.

Tataniaga adalah serangkaian kegiatan atau kegiatan yang bertujuan untuk mendistribusikan barang atau jasa dari produsen ke titik pengguna. Sistem distribusi pangan dari produsen ke konsumen dapat terdiri dari beberapa saluran pemasaran, masing-masing pelaku pasar menawarkan layanan yang berbeda ([Fuad et al., 2018](#)).

Keberhasilan pemasaran tidak terlepas dari peran lembaga pemasaran, yang menghimpun saluran-saluran pemasaran menjadi satu kesatuan dan membentuk suatu sistem pemasaran komoditas. Proses pemasaran dimulai dari petani sampai ke konsumen, melalui agen pemasaran seperti tengkulak, pengecer, pedagang besar dan pedagang kecil ([Kusumawati & Santosa, 2013](#)). Perpindahan barang dari produsen ke konsumen mengakibatkan adanya perbedaan harga antara produsen dan konsumen yang disebut dengan margin pemasaran ([Suminartika & Djuanalia, 2017](#)).

Kecamatan Waelata sebagai sentra produksi beras tidak menjamin memberikan pendapatan yang tinggi bagi petani khususnya di Desa Debowae. Tingginya suatu pendapatan ditentukan oleh produksi yang dihasilkan petani. Hasil produksi di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu lingkungan, iklim, dan hama penyakit yang mengakibatkan suatu usahatani mengalami gagal panen, sehingga petani harus melakukan berbagai upaya yang dapat meminimalkan resiko gagal panen seperti penggunaan pestisida kimia. Besar kecilnya pendapatan tidak hanya di sebabkan oleh produktivitas, namun harga juga dapat berpengaruh bagi pendapatan petani. Harga beras di pasaran di pengaruhi oleh peran lembaga pemasaran ([Anggraini et al., 2018](#)). Dalam hal ini, proses perdagangan beras berjalan jauh, dan perubahan harga dari tingkat produksi ke konsumen akhir memungkinkan adanya perbedaan harga beras

antara produsen dan konsumen. Hal ini menjadikan aspek pemasaran beras sebagai kegiatan yang penting dalam penentuan pendapatan petani.

Usahatani padi yang di kembangkan oleh masyarakat Desa Debowae sudah dilakukan kurang lebih 42 tahun. Namun dalam pengusahaannya petani tidak melakukan analisa usahatani untuk melihat keberhasilan dari usaha mereka, dan terjadinya kesenjangan harga beras di tingkat petani dan konsumen akhir, sehingga sebagai peneliti saya ingin melihat bagaimana sistim pemasaran dari komoditi beras di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasran dari komoditi beras.

### Metode Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Desa Debowae kecamatan Waelata. Desa Debowae sebagai lokasi penelitian karena daerah tersebut merupakan sentra produksi beras. Rata-rata pekerjaan penduduk di Desa Debowae sebagai petani padi dan di daerah ini ada beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras. Populasi dalam penelitian ini adalah petani padi sawah dan pedagang. Besarnya sampel yang diambil menggunakan Rumus perhitungan metode Slovin dengan tingkat kesalahan 15 %, sehingga memperoleh 42 responden dari jumlah populasi petani padi sawah sebanyak 762 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode (*simple random sampling*). Penentuan responden pedagang dilakukan dengan cara penjajakan (*tracing sampling*), dimana sampel yang diambil sebanyak 10 orang yang terdiri dari penggiling sebanyak 6 orang, pedagang pengumpul besar sebanyak 2 orang, dan pedagang pengecer 2 orang.

Data primer dan sekunder yang telah di kumpulkan kemudian diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Untuk menghitung margin Pemasaran digunakan rumus menurut ([Widiastuti & Harisudin, 2013](#)) sebagai berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M: Marjin

Pr: Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf: Harga di tingkat produsen (Rp)

Keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut:

$$M = Bp + Kp$$

Keterangan:

M: Marjin (Rp/kg)

Bp: Biaya pemasaran (Rp/kg)

Kp: Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

Untuk melihat Efisiensi atau tidak pemasran komoditi beras digunakan rumus sebagai berikut:

$$Eps = B/Hb \times 100\%$$

Dimana:

Eps = Efisien Pemasaran

B = Biaya Pemasaran (Rp)

Hb = Harga Beli (Rp)

Kriteria:

Eps < 50% Efisien

Eps > 5% tidak efisien

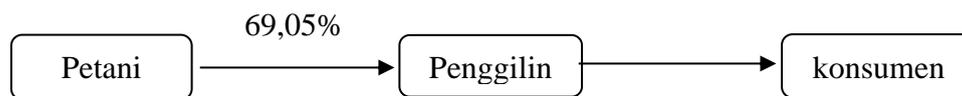
Pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisiensi pemasaran (Ep) semakin kecil (Sudana, 2019).

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Analisis Saluran Pemasaran Beras

Saluran pemasaran adalah saluran melalui mana barang mengalir dari produsen ke media ke konsumen. Menurut penelitian, ada lima jalur perdagangan di Desa Debowae.

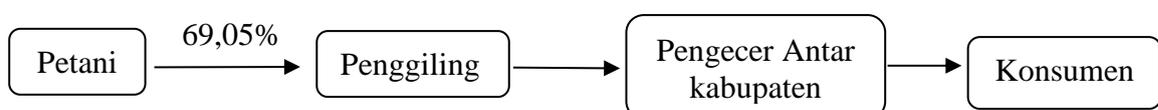
**Gambar 1.**  
**Pola Saluran Pemasaran 1 di Desa Debowae**



Sumber: Hasil Olah data

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran I merupakan Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan penggiling yang juga berperan sebagai pedagang. Alur pada saluran pemasaran I dimulai dari Petani menjual beras kepada penggiling yang sudah menggiling gabah miliknya. Jumlah petani yang menjual beras ke penggiling adalah 29 petani atau 69,05 persen dari jumlah responden petani sebanyak 42 orang. Penggiling beras tersebut juga berperan sebagai pedagang. Penggiling membeli beras dari petani dengan jumlah rata-rata pembelian beras dalam 1 musim tanam adalah 13.833 kg. Pada saluran pemasaran ini ada 6 penggiling gabah, 6 penggiling tersebut menjual beras ke konsumen Desa Debowae. Di Desa Debowae ada masyarakat yang tidak memiliki usahatani padi sawah sehingga untuk konsumsi sehari-hari mereka harus membeli beras. Konsumen memilih untuk membeli beras ditingkat penggiling karena harga beras lebih murah daripada ditingkat pengecer.

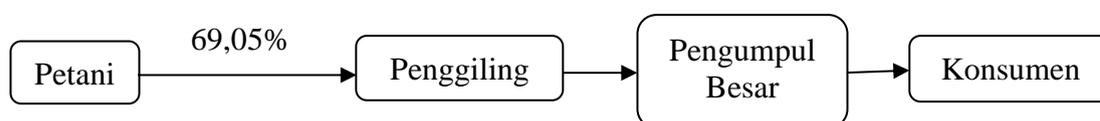
**Gambar 2.**  
**Pola Saluran Pemasaran II di Desa Debowae**



Sumber: Hasil Olah data

Pada Gambar 2 menunjukkan bahwa saluran pemasaran II merupakan Saluran distribusi yang menggunakan dua perantara yakni melibatkan penggiling dan pengecer tingkat Kabupaten. Alur pada saluran pemasaran II adalah petani menjual beras kepada penggiling yang sekaligus sebagai pedagang. Dari jumlah 42 responden petani, ada 29 orang atau 69,05 persen petani yang menjual beras ke penggiling. Penggiling membeli beras dari petani dengan jumlah rata-rata pembelian beras dalam 1 musim tanam adalah 13.833 kg. Kemudian penggiling menjual beras ke pedagang pengecer antar Kabupaten. Dari 6 responden penggiling, ada 3 orang penggiling yang menjual beras kepada pengecer antar Kabupaten. Pengecer membeli beras dari penggiling dengan jumlah rata-rata pembelian beras dalam 1 bulan adalah 8 ton. Pedagang pengecer menjual beras ke luar daerah yaitu Kota Namrole Kabupaten Buru Selatan.

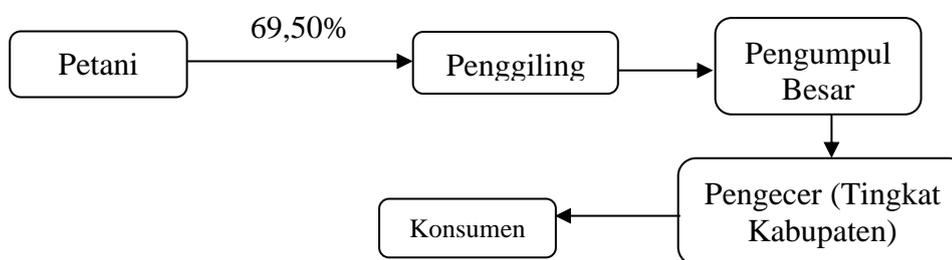
**Gambar 3.**  
**Pola Saluran Pemasaran III di Desa Debowae**



Sumber: Hasil Olah data

Pada Gambar 3 menunjukkan bahwa saluran pemasaran III merupakan Saluran distribusi yang menggunakan dua perantara yakni melibatkan penggiling dan pengumpul besar. Alur pada saluran pemasaran III dimulai dari petani yang menjual beras kepada penggiling yang sekaligus sebagai pedagang. Penggiling membeli beras dari petani dengan jumlah rata-rata pembelian beras dalam 1 musim tanam adalah 13.833 kg. Kemudian penggiling menjual beras kepada pengumpul besar. Di Desa Debowae ada 2 pedagang pengumpul besar. Pengumpul besar membeli beras dari penggiling dan petani dengan jumlah rata-rata sebesar 40 ton per musim tanam.

**Gambar 4.**  
**Pola Saluran Pemasaran IV di Desa Debowae**

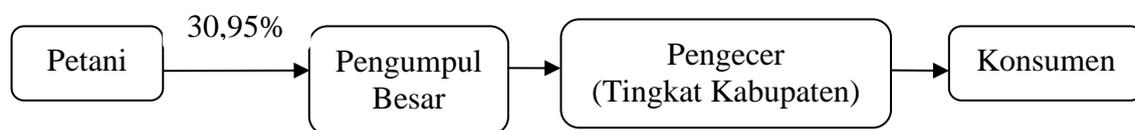


Sumber: Hasil Olah data

Pada Gambar 4 menunjukkan bahwa saluran pemasaran IV merupakan Saluran distribusi yang menggunakan tiga perantara yakni melibatkan penggiling, pengumpul besar, dan pengecer tingkat Kabupaten. Alur pada saluran pemasaran IV dimulai dari petani

yang menjual beras kepada penggiling yang sekaligus sebagai pedagang, kemudian penggiling menjual beras kepada pengumpul besar, kemudian pengumpul besar menjual beras kepada pengecer tingkat Kabupaten yaitu Kota Namlea, dan selanjutnya pengecer menjual beras kepada konsumen. Pada pola saluran IV, jumlah petani yang menjual beras ke penggiling adalah 69,50 persen. Penggiling membeli beras dari petani rata-rata sebanyak 13.833 kg kemudian menjual beras ke pengumpul besar. Di Desa Debowae terdapat dua pengumpul besar dan keduanya menjual beras kepada pengecer kota Namlea. Pengumpul besar membeli beras dari penggiling dan petani sebanyak 40 ton per musim panen. Pada penelitian ini terdapat 1 sampel pedang pengecer tingkat kabupaten (Kota Namlea), pengecer membeli beras dari pengumpul sebanyak 5 ton per bulan, kemudian menjual beras kepada konsumen Kota Namlea.

**Gambar 5.**  
**Pola Saluran Pemasaran V Di Desa Debowae**



Sumber: Hasil Olah data

Pada Gambar 5 menunjukkan bahwa saluran pemasaran V merupakan Saluran distribusi yang menggunakan dua perantara yakni melibatkan pedagang pengumpul besar dan pengecer tingkat kabupaten. Alur pemasaran pada saluran V dimulai dari petani (produsen) menjual beras ke pedagang pengumpul besar. Dari 42 responden petani, hanya 13 orang atau 30,95 persen yang menjual beras kepada pengumpul besar. Pengumpul besar membeli beras dari penggiling dan petani sebanyak 40 ton per musim panen. Selanjutnya Pedagang pengumpul besar menjual beras ke pengecer di Kota Namlea. Kemudian pengecer menjual beras kepada konsumen yang ada di kota Namlea.

Petani langsung menjual beras ke pedagang pengumpul besar karena terkadang penggiling kehabisan modal untuk membeli beras dari petani dan jika petani tetap memasarkan beras ke penggiling yang kehabisan modal maka petani harus menunggu beras di penggiling terjual habis agar penggiling bisa membayar beras yang sudah di beli. Beberapa petani tetap menjual beras kepada penggiling meskipun harus menunggu pembayaran sampai beras yang di penggiling terjual, karena beberapa petani tersebut memiliki ikatan persaudaraan ataupun terdapat ikatan utang piutang antara petani dan penggiling sehingga petani merasa tidak enak jika menjual beras ke orang lain. Biasanya petani meminjam uang kepada penggiling untuk modal usahatani maupun untuk kepentingan lainnya sehingga jika panen tiba, petani tidak bisa menggiling beras kepada penggiling lain dan harus menjual beras kepada penggiling tersebut.

## 2. Biaya dan Margin Pemasaran

Biaya transaksi adalah seluruh pengeluaran dari petani ke konsumen untuk kegiatan pemasaran beras lunak (Nasir, 2013). Margin perdagangan adalah selisih antara harga beli dan harga jual (Rahmawati & Rokhman, 2015). Karena setiap agen pemasaran memiliki

kegiatan pemasaran yang berbeda, maka margin perdagangan di setiap agen pemasaran juga berbeda. Berikut merupakan perhitungan biaya pemasaran dan margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran pada setiap saluran.

### 3. Komponen Biaya Dan Margin Pemasaran Saluran 1

**Tabel 2.**  
**Analisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran saluran pemasaran I di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru, 2021**

Uraian	Saluran I (Rp/Kg)	Share (%)
Petani		-
Harga Jual Beras	8.000	94.48
Penggiling/Pedagang		-
Harga Beli	8.000	-
Harga Jual	8.467	-
Biaya Pemasaran		-
Tenaga Kerja	28,49	-
Biaya Pengemasan	157,94	-
Biaya Transportasi	44,60	-
Biaya Penyimpanan	53,79	-
Total Biaya	<b>284,83</b>	3.36
Margin	<b>467</b>	-
Keuntungan	<b>181,84</b>	2.15
Konsumen (Dalam Desa Debowae)		-
Harga Beli	8.467	100.00

Sumber: Hasil Olah data

Seperti terlihat pada Tabel 2, harga beras di tingkat petani adalah Rp 8.000/kg sedangkan harga konsumen akhir adalah Rp 8.467/kg. Total keuntungan untuk saluran pemasaran I adalah Rp 467/kg. Total biaya saluran pemasaran I adalah Rp. 284,83/kg, keuntungan saluran I adalah Rp. 181,84/kg. Komponen biaya pemasaran yang ditanggung oleh mesin gerinda adalah biaya tenaga kerja, biaya pengemasan, biaya transportasi dan biaya penyimpanan. Jumlah biaya paling besar yang di keluarkan untuk kegiatan pemasaran adalah biaya pengemasan yaitu sebesar Rp.157,94/kg karena pedagang pengumpul yang menyediakan karung untuk mengemas beras setelah penggilingan. Pada saluran pemasaran beras di Desa Debowae petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena petani tidak mengeluarkan biaya untuk pengemasan, penyimpanan dan transportasi. Sistem penggilingan di Desa Debowae adalah penggiling berjalan. Penggiling akan datang ke rumah petani jika ada panggilan untuk menggiling gabah. Setelah penggilingan selesai, penggiling atau pedagang akan mengangkut beras menuju rumah penggiling sehingga petani tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi untuk penggilingan dan pemasaran.

#### 4. Komponen Biaya Dan Margin Pemasaran Saluran 2

**Tabel 3.**  
**Analisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran saluran pemasaran II di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru, 2021**

Uraian	Saluran II (Rp/Kg)	Share (%)
Petani		-
Harga Jual Beras (Rp/Kg)	8.000	80.00
Penggiling/Pedagang		-
Harga Beli	8.000	-
Harga Jual	8.400	-
Biaya Pemasaran		-
Tenaga Kerja	28,49	-
Biaya Pengemasan	157,94	-
Biaya Transportasi	44,60	-
Biaya Penyimpanan	53,79	-
Total Biaya	284,83	2.85
Margin	400	-
Keuntungan	115,17	1.15
Pengecer (Kota Namrole)		-
Harga Beli	8.400	-
Harga Jual Beras	10.000	-
Biaya Pemasaran		-
Biaya Pengemasan	50,00	-
Biaya Penyimpanan	50,00	-
Biaya Transportasi	300,00	-
Biaya Tenaga Kerja	250,00	-
Total Biaya	650,00	6.50
Margin Pemasaran	1.600	-
Keuntungan	950	9.50
Konsumen (Kota Namrole)		-
Harga Beli	10.000	100.00
Total Margin	2.000	-
Total Biaya Pemasaran	934,83	-
Total Keuntungan	1.065,17	-

Sumber: Hasil Olah data

Seperti terlihat pada Tabel 3, harga beras di tingkat petani Rp 8.000/kg, sedangkan harga beras di konsumen akhir (Kota Namroor) Rp 10.000/kg. Total keuntungan Saluran Pemasaran II adalah Rp2.000/kg dan total biaya pemasaran Rp934,83/kg, sehingga total

keuntungan yang diperoleh Saluran Pemasaran II adalah Rp1.065,17/kg. Margin pemasaran yang paling besar terdapat pada lembaga pemasaran pedagang pengecer di kota Namrole. Margin yang di hasilkan pedagang pengecer kota Namrole adalah Rp.1.600/kg. Margin pemasaran pada pedagang pengecer lebih besar dari pada lembaga pemasaran lainnya karena jarak tempuh menuju kota Namrole sangat jauh sehingga jika beras di jual dengan harga murah maka tidak menguntungkan bagi pedagang. Total biaya pemasaran terbesar terjadi pada agen pemasaran pengecer (Kota Namlea). Total biaya pemasaran yang dikeluarkan pengecer sebesar Rp 690,00/kg. Biaya terbesar yang di keluarkan oleh pedagang pengecer adalah biaya transportasi karena jarak antara Desa Debowae menuju Kota Namrole sangat jauh dengan jarak tempuh sekitar 71 Km melalui perjalanan darat.

### 5. Komponen Biaya Dan Margin Pemasaran Saluran 3

**Tabel 4.**

**Analisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran saluran pemasaran III di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru, 2021**

<b>Uraian</b>	<b>Saluran III (Rp/Kg)</b>	<b>Share (%)</b>
Petani		91.95
Harga Jual Beras (Rp/Kg)	8.000	-
Penggiling/Pedagang		-
Harga Beli	8.000	-
Harga Jual	8.400	-
Biaya Pemasaran		-
Biaya Pengemasan	28,49	-
Biaya Tenaga Kerja	157,94	-
Biaya Transportasi	44,60	-
Biaya Penyimpanan	53,79	-
Total Biaya	284,83	3.27
Margin	400,00	-
Keuntungan	115,17	1.32
Pedagang Pengumpul Besar		-
Harga Beli	8.400	-
Harga Jual Beras	8.700	-
Biaya Pemasaran		-
Biaya Pengemasan	23,53	-
Biaya Penyimpanan	19,85	-
Biaya Transportasi	39,71	-
Biaya Tenaga Kerja	40,81	-
Total Biaya	123,90	1.42
Margin Pemasaran	300,00	-
Keuntungan	176,10	2.02
Konsumen Dalam Desa		
Harga Beli	8.700	100.00
Total Margin	700	

Total Biaya Pemasaran	408,72
Total Keuntungan	291,28

Sumber: Hasil Olah data

Seperti terlihat pada Tabel 4, harga Beras di tingkat petani adalah Rs 8.000/kg. Total keuntungan saluran pemasaran ketiga adalah Rp700/kg, dan total biaya pemasaran Rp408,72/kg, sehingga total keuntungan saluran pemasaran ketiga adalah Rp291,28/kg. Total margin pemasaran yang paling besar terdapat pada lembaga pemasaran penggiling, jumlah margin yang di peroleh sebesar Rp.400/kg. Total biaya yang paling besar terdapat pada lembaga pemasaran penggiling. Biaya pemasaran pada penggiling didominasi oleh biaya tenaga kerja yaitu sebesar Rp.157,94/kg. Jika di lihat berdasarkan keuntungan maka total keuntungan pada yang paling besar terdapat pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul besar yaitu Rp.176,10/kg.

#### 6. Komponen Biaya Dan Margin Pemasaran Saluran 4

**Tabel 5.**

**Analisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran saluran pemasaran IV di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru, 2021**

Uraian	Saluran IV (Rp/Kg)	Share (%)
Petani		
Harga Jual Beras (Rp/Kg)	8.000	86.02
Penggiling/Pedagang		-
Harga Beli	8.000	-
Harga Jual	8.400	-
Biaya Pemasaran		-
Biaya pengemasan	28,49	-
Biaya Tenaga Kerja	157,94	-
Biaya Transportasi	44,60	-
Biaya Penyimpanan	53,79	-
Total Biaya	284,83	3.06
Margin	400	-
Keuntungan	115,17	1.24
Pengumpul Besar		-
Harga Beli	8.400	-
Harga Jual Beras	8.700	-
Biaya Pemasaran		-
Biaya Pengemasan	23,53	-
Biaya Penyimpanan	19,85	-
Biaya Transportasi	39,71	-
Biaya Tenaga Kerja	40,81	-
Total Biaya	123,90	1.33
Margin Pemasaran	300	-

Uraian	Saluran IV (Rp/Kg)	Share (%)
Keuntungan	176,10	1.89
Pedagang Pengecer Kota Namlea		-
Harga Beli	8.700	-
Harga Jual Beras	9.300	-
Biaya Pemasaran		-
Biaya Pengemasan	25,00	-
Biaya Penyimpanan	62,50	-
Biaya Transportasi	125,00	-
Biaya Tenaga Kerja	62,50	-
Total Biaya	275,00	2.96
Margin Pemasaran	600	-
Keuntungan	325,00	3.49
Konsumen		
Harga Beli Beras	9.300	100.00
Total Margin	1.300	
Total Biaya Pemasaran	683,72	
Total Keuntungan	616,28	

Sumber: Hasil Olah data

Berdasarkan Tabel 5 saluran pemasaran IV diketahui bahwa harga beras di tingkat petani adalah Rp 8.000/kg sedangkan harga beras di tingkat konsumen akhir (kota Namlea) sebesar Rp 9.300/kg. Total keuntungan pemasaran saluran pemasaran IV adalah Rp 1.300/kg dan total biaya pemasaran Rp 693,72/kg, sehingga total keuntungan saluran pemasaran IV adalah Rp 616,28/kg. Laba pemasaran terbesar ada di Agen Pemasaran Pengecer Namlea City, dengan penghasilan Rp 600/kg. Biaya pemasaran pada pedagang pengecer Kota Namlea di dominasi oleh biaya transportasi yaitu sebesar Rp 125,00/kg, hal ini dikarenakan jarak dari Desa Debowae menuju Kota Namlea sangat jauh yaitu sekitar 71 km. Total keuntungan terbesar terjadi pada agen pemasaran pengecer di Namlea City sebesar Rp 325,00/kg. Jika melihat total biaya, total biaya pemasaran terbesar ada di agen pemasaran penggiling, yaitu Rp 284,83/kg.

## 7. Komponen Biaya Dan Margin Pemasaran Saluran 5

**Tabel 6.**

### **Analisis Biaya, Keuntungan Dan Margin Pemasaran Saluran Pemasaran V di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru, 2021**

Uraian	Saluran V (Rp/Kg)	Share (%)
Petani		-
Harga Jual Beras (Rp/Kg)	8.000	86.02
Pengumpul Besar		-
Harga Beli	8.000	-
Harga Jual	8.700	-

Uraian	Saluran V (Rp/Kg)	Share (%)
Biaya Pemasaran		-
Biaya Pengemasan	23,53	-
Biaya Tenaga Kerja	19,85	-
Biaya Transportasi	39,71	-
Biaya Penyimpanan	40,81	-
Total Biaya	123,90	1.33
Margin	700	-
Keuntungan	576,10	6.19
Pengecer (Kota Namlea)		-
Harga Beli	8.700	-
Harga Jual Beras	9.300	-
Biaya Pemasaran		-
Biaya Pengemasan	25,00	-
Biaya Penyimpanan	62,50	-
Biaya Transportasi	125,00	-
Biaya Tenaga Kerja	62,50	-
Total Biaya	275,00	2.96
Margin Pemasaran	600	-
Keuntungan	325,00	3.49
Konsumen Kota Namlea		-
Harga Beli	9.300	100.00
Total Margin	1.300	
Total Biaya Pemasaran	398,90	
Total Keuntungan	901,10	

Sumber: Hasil Olah data

Seperti terlihat pada Tabel 6, harga beras di tingkat petani Rp 8.000/kg, sedangkan harga beras di konsumen akhir (Kota Namlai) Rp 9.300/kg. Total keuntungan pemasaran saluran pemasaran V adalah Rp1.300/kg, dan total biaya pemasaran Rp398.90/kg, sehingga keuntungan yang diperoleh saluran pemasaran V adalah Rp901.10/kg. Keuntungan pemasaran terbesar pada saluran pemasaran V terjadi pada agen pemasaran grosir, yaitu memperoleh keuntungan sebesar Rp700/kg. Sedangkan total biaya pemasaran yang paling besar terdapat pada lembaga pemasaran pengecer Kota Namlea yaitu sebesar Rp.275,00/kg. Total keuntungan terbesar terdapat pada lembaga pemasaran pengumpul besar yaitu sebesar Rp.576,10/kg.

#### 8. *Farmer's Share*

Mepangsa terbesar petani terdapat di Saluran Pemasaran 1, yaitu 94,48%. Sementara harga saham petani terendah ada di Jalur Perdagangan II, yakni 80,00 persen. Hal ini menunjukkan bahwa satu saluran pemasaran lebih efisien daripada saluran pemasaran lainnya.

## 9. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan kemampuan dalam menyalurkan hasil produksi dari petani kepada konsumen dengan menilai biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan pemasaran. Efisiensi pemasaran penting untuk diketahui karena jika saluran pemasaran berjalan dengan baik dan efisien maka antara petani, lembaga pemasaran dan konsumen akan saling menguntungkan. Perhitungan biaya transaksi untuk mengetahui efisiensi masing-masing agen pemasaran diperoleh dengan mengalikan nilai pasar dengan 100%. Jika nilai EP 50% maka saluran pemasaran di daerah penelitian lebih efisien dan jika nilai EP < 50% maka lingkungan pemasaran di daerah penelitian belum mencapai tingkat yang efektif. Lima jalur perdagangan beras di Desa Debowa Kecamatan Waelata disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6.**  
**Efisiensi Pemasaran Beras Di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru, 2021**

No	Saluran pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1	Saluran I	284,83	8.500	3,35
2	Saluran II	934,83	10.000	9,35
3	Saluran III	408,72	8.700	4,70
4	Saluran IV	683,72	9.300	7,35
5	Saluran V	398,90	9.300	4,29

Sumber: Hasil Olah data

Dengan Analisis Efisiensi, Tabel 6 menunjukkan bahwa semua saluran pemasaran di Desa Debowa, Kecamatan Waelata, efisien 50%. Hal ini sesuai dengan pernyataan ([Litiloly et al., 2021](#)), bahwa kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran ini adalah jika EP < 50 persen maka Efisien dan EP > 50 persen maka tidak efisien. Semakin kecil nilai presentase yang di dihasilkan maka kegiatan pemasaran tersebut semakin efisien.

Berdasarkan seluruh saluran pemasaran yang ada di Desa Debowae, saluran pemasarn yang paling efisien adalah saluran I dengan nilai efisiensi sebesar 3,35 persen. Saluran pemasaran I paling efisien karena biaya pemasaran lebih rendah di bandingkan dengan saluran pemasaran lainnya. Tinggi atau rendah nya biaya pemasaran dan margin pemasaran di sebabkan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran, semakin pendek pola saluran pemasaran maka semakin rendah biaya pemasaran yang di dikeluarkan. Efisiensi transaksi terbesar ada di Trading Channel II, yaitu 9,35%. Hal ini karena Saluran Pemasaran II memiliki biaya transaksi keseluruhan yang paling tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran gaya lainnya.

### Kesimpulan

Di Desa Debowae terdapat 5 pola saluran pemasaran yaitu petani-penggiling-konsumen, petani-penggiling-pengecer-konsumen, petani-penggiling-pengumpul besar-

konsumen, petani-penggiling-pengumpul besar-pengecer-konsumen, dan petani-pengumpul besar-pengecer-konsumen. Total margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp 2.000/kg dan total biaya pemasaran Rp 934,83/Kg sedangkan total margin yang paling rendah berada pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 467/kg dan biaya pemasaran Rp 284,83/kg. Total *farmer's share* teringgi tberada pada saluran pemasaran I yaitu 94,48 persen. Seluruh saluran pemasaran di Desa Debowae Kecamatan Waelata Kabupaten Buru sudah efisien karena nilai efisiensi yang di peroleh <50 persen. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran I dengan nilai efisiensi terkecil yaitu 3,35 persen. Nilai efisiensi terbesar terdapat pada pola saluran pemasaran II dengan nilai efisiensi sebesar 9,35 persen.

### Bibliografi

- Anggraini, R. D. P., Wibowo, R., & Rondhi, M. (2018). *Analisis Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Bondowoso*. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(5), 417–425. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.05.7>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi*. Bps.Go.Id.
- Badan Pusat Statistik. (2020a). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Bpd.Go.Id.
- Badan Pusat Statistik. (2020b). *Luas Wilayah (Km<sup>2</sup>), 2018-2020*. Burukab.Bps.Go.Id.
- Ferawati, A., & Syam, A. (2021). *Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usaha Tani Kacang Tanah Di Lahan Sawah Tadah Hujan Di Desa Masago Kecamatan Patimpeng Kabupaten Bone*. *Accounting, Accountability, and Organization System (AAOS) Journal*, 2(2), 147–159.
- Fuad, M. S., Masithoh, S., & Nahraeni, W. (2018). *Persepsi Peternak Dan Pola Pemasaran Sapi Potong*. *Jurnal Agribisains*, 4(1).
- Kusumawati, A., & Santosa, P. B. (2013). *Rantai nilai (value chain) agribisnis labu di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang*. *Fakultas Ekonomika dan Bisnis*.
- Litiloly, M., Girsang, W., & Kakisina, L. O. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Petani Peserta Program Upsus Padi Sawah (Studi Kasus di Desa Waekasar Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru)*. *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 9(2), 125–141. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v9i2.1185>
- Muhdiar, M., & Halimah, A. S. (2018). *Analisis Margin Pemasaran Beras Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone*. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 4, 79–86.
- Nasir, M. (2013). *Analisis Tataniaga Pemasaran Beras di Gampong Simpang Gadeng Kecamatan Babahrot Kabupaten Aceh Barat Daya. Di bawah bimbingan Diswandi Nurba dan Dara angreka Soufyan*. Universitas Teuku Umar Meulaboh.
- Rahmawati, F. A., & Rokhman, W. (2015). *Analisis faktor yang mempengaruhi penetapan margin pada pembiayaan Murabahah di BMT se-kabupaten Jepara*. *Jurnal Penelitian: EQUILIBRIUM*, 3(2). <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v3i2.1257>
- Septiadi, D. (2016). *Dampak Kebijakan Perberasan Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia*. Bogor Agricultural University (IPB).
- Sudana, I. W. (2019). *Analisis efisiensi pemasaran ikan teri segar hasil tangkapan nelayan di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(2), 637–648. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i2.21872>
- Suminartika, E., & Djuanalina, I. (2017). *Efisiensi Pemasaran Beras di Kabupaten Ciamis dan Jawabarat*. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(1), 13–28. <https://doi.org/10.25157/ma.v3i1.72>

Widiastuti, N., & Harisudin, M. (2013). *Saluran dan margin pemasaran jagung di Kabupaten Grobogan*. SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis, 9(2). <https://doi.org/10.20961/sepa.v9i2.48829>

Wuryantoro, W., & Ayu, C. (2021). *Analisis Margin Pemasaran Agroindustri Beras Dikota Mataram*. Jurnal Agrimansion, 22(1), 10. <https://doi.org/10.29303/Agri.V22i1.507>