

Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Komoditas Beras Ketan di Kota Surabaya

*Analysis of Marketing Channels and Margins for Glutinous Rice Commodities
in the city of Surabaya*

Mubarokah^{1*} dan Erika Triana Dewi

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
*email korespondensi: Mubarokah@upnjatim.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 14 Feb 2023
Diterima: 18 April 2023
Diterbitkan: 17 Juli 2023

Abstract

One of the strategic and essential commodities in fulfilling human needs is sticky rice. High price fluctuations, weak people's purchasing power, and problems at the producer level are crucial, including long marketing chains and high marketing margins. This research aims to analyze sticky rice marketing channels and marketing margins in the city of Surabaya. Location selection was carried out using purposive sampling technique and sample selection using snowball sampling technique. The research results show that the marketing channel for sticky rice in the city of Surabaya has one channel, starting from Producers - Wholesalers - Retailers - Consumers. The results of marketing margin analysis show that wholesalers have the highest margin value with a margin value of 3,500/Kg. However, the largest share distribution is in retail trading institutions with a value of 64.50% with a profit to cost ratio of 1.32.

Keyword:

Marketing margin; Glutinous rice; Marketing channel

Abstrak

Salah satu komoditas strategis dan esensial dalam pemenuhan kebutuhan manusia adalah beras ketan. Fluktuasi harga yang tinggi, lemahnya daya beli masyarakat, dan permasalahan di tingkat produsen menjadi krusial, termasuk rantai pemasaran yang panjang dan margin pemasaran yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran ketan dan margin pemasaran di kota Surabaya. Pemilihan lokasi dilakukan dengan teknik purposive sampling dan pemilihan sampel menggunakan teknik snowball sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran ketan di kota Surabaya terdapat satu saluran yaitu dimulai dari Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen. Hasil analisis margin pemasaran menunjukkan bahwa pedagang grosir mempunyai nilai margin tertinggi dengan nilai margin sebesar 3.500/Kg. Namun pembagian saham terbesar ada pada lembaga pedagang ritel dengan nilai 64,50% dengan nilai rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 1,32.

Kata Kunci:

Margin pemasaran; Beras ketan; Saluran pemasaran

PENDAHULUAN

Komoditas beras ketan merupakan salah satu varietas padi yang merupakan tumbuhan semusim. Beras ketan adalah jenis beras yang warnanya lebih putih dari beras lainnya. Beras

ketan memiliki ukuran lebih besar dan keras. Beras ketan masih termasuk jenis padi-padian namun berbeda jenis dengan beras lainnya. Jika dimasak, beras ketan memiliki tekstur lengket. Beras ketan juga sangat disukai sebagai bahan olahan makanan tradisional, sehingga permintaan beras ketan setiap tahunnya akan terus meningkat. Harga beras ketan pada umumnya lebih mahal dibandingkan jenis beras yang lain, hal ini disebabkan salah satunya karena panjangnya saluran pemasaran beras ketan dari produsen menuju konsumen.

Beras ketan menjadi salah satu komoditas penting dalam struktur pangan di Kota Surabaya, Jawa Timur. Konsumsi beras ketan tidak hanya menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat, tetapi juga memegang peranan krusial dalam aspek budaya dan kuliner di daerah ini. Kualitas dan ketersediaan beras ketan dalam pasar memainkan peran vital dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta dalam memajukan perekonomian lokal. Dalam rangka memahami dinamika distribusi dan pemasaran beras ketan, analisis saluran dan margin pemasaran menjadi suatu langkah penting untuk dijalankan (Hasanah, L., et al., 2017).

Saluran pemasaran adalah cara atau sistem untuk menyampaikan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen (Alam & Sutanto, 2019). Terdapat lembaga pemasaran pada saluran pemasaran: produsen, pedagang perantara seperti pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Banyaknya lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran dipengaruhi oleh jarak dari produsen ke konsumen, sifat komoditas, skala produksi dan kekuatan modal yang dimiliki (Pranata & Musnaini, 2022). Dari sudut pandang produsen semakin besar jumlah tingkat berarti semakin sedikit dan semakin besar kompleksitas saluran. Biaya pemasaran adalah semua ongkos yang dikeluarkan secara langsung dalam pemberian jasa kegiatan tataniaga. Jenis-jenis biaya pemasaran meliputi: biaya pengepakan (*packing cost*), biaya angkut (*transport cost*), biaya bongkar muat (*handling cost*), biaya penyimpanan (*storage cost*), biaya pengolahan (*processing cost*), biaya penyusutan (*physical losses*) dan biaya lain-lain (Qurniati, R., & Herwanti, S., 2020).

Untuk membawa sejumlah komoditas beras ketan dari produsen sampai kepada konsumen akhir umumnya melalui beberapa pedagang perantara (*middlemen*). Saluran yang dilalui tersebut sering disebut sebagai rantai pemasaran dengan masing-masing perantara itu membentuk mata rantai pemasaran (Lasitya, D. S. et al., 2022). Panjangnya rantai pemasaran itu pada umumnya menyebabkan tingginya margin pemasaran yang pada akhirnya juga akan membuat harga di tingkat konsumen menjadi lebih tinggi (Prayoto, P., et al., 2022). Istilah margin pemasaran dihubungkan dengan pemasaran komoditi pertanian, menunjukkan perbedaan harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen. Singkatnya margin pemasaran dapat disebutkan sebagai perbedaan antara harga konsumen dan harga produsen, namun pada dasarnya margin pemasaran adalah merupakan jumlah dari biaya pemasaran dan keuntungan pedagang perantara (Kai, Y., et al., 2016).

Oleh karena itu perlu dilakukan Penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis saluran pemasaran dan margin pemasaran pada produk beras ketan di Surabaya. Diharapkan bahwa penelitian ini tidak hanya akan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai saluran distribusi beras ketan di Kota Surabaya, tetapi juga akan memberikan sumbangan signifikan dalam upaya meningkatkan perekonomian lokal dan mendukung kesejahteraan petani serta pelaku usaha di sektor pertanian.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kota Surabaya. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling yakni teknik yang digunakan disesuaikan dengan tujuan penulis dengan berbagai pertimbangan. Pertimbangan pemilihan lokasi didasarkan atas data produksi dan Konsumsi di Kota Surabaya sebagai tingkat konsumsi terbesar beras ketan

dan juga mengingat efektivitas waktu dan biaya penelitian. Waktu penelitian dilakukan pada Bulan Maret 2023

Pengumpulan data dilakukan dengan jenis data primer yang didapatkan langsung melalui petani dan data sekunder melalui sumber data lain yang sudah ada sebelumnya setelah diolah, disajikan secara menarik dalam bentuk laporan. Menggunakan metode wawancara, observasi langsung ke lapang dan catatan dokumentasi. Penentuan sample yang digunakan yakni menggunakan metode snowball sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode deskriptif kualitatif dan Margin Pemasaran.

Margin Pemasaran.

Analisis pengukuran variabel dalam menilai biaya dan margin pemasaran hasil pertanian, pengukurannya dapat menggunakan Rp/Kg/Kw atau Rp/ton. Hal ini dapat dirumuskan dalam persamaan berikut:

$$M = Pp + Pk$$

Keterangan :

M = Marjin pemasaran

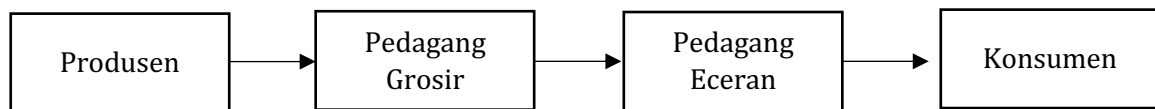
Pk = Harga konsumen

Pp = Harga produsen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Beras Ketan di Surabaya

Berasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pedagang Toko Sembako menggunakan saluran pemasaran sebagai berikut:



Gambar 1. Saluran Pemasaran Beras Ketan di Surabaya

Gambar 1 menjelaskan bahwa Produsen beras ketan yang berada di daerah Surabaya menjual produknya kepada pedagang grosir yang berada di pasar Pabean Kota Surabaya, kemudian pedagang grosir tersebut menjualnya kepada pedagang pengecer yaitu Toko Sembako, lalu pedagang pengecer menjual kepada konsumen akhir.

Saluran pemasaran yang terjadi terdapat 2 lembaga pemasaran dimana Lembaga tersebut yaitu Pedagang Grosir dan Pedagang Pengecer. pedagang grosir merupakan badan atau orang pribadi yang kegiatan usahanya mengumpulkan hasil kehutanan, pertanian, perkebunan, peternakan dan perikanan dan kemudian menjualnya kepada badan industri atau eksportir yang bergerak dalam sektor tersebut (Wahyuni, M. A., et al., 2021). Bapak Harto merupakan pedagang grosir yang ada di pasar Pabean. Beliau menjual berbagai macam jenis komoditi beras. Pedagang pengecer merupakan pemilik toko atau perusahaan yang kegiatan utamanya menjual barang secara eceran (Fatmawati, Z., & Zulham, Z., 2019). Ibu Riati merupakan pedagang pengecer Toko Sembako. Beliau menjual berbagai macam sembako terutama beras ketan. Jumlah toko beras ketan yang dibeli oleh pedagang pengecer dari pedagang grosir sejumlah 25 kg.

Selain melakukan pendistribusian barang, setiap lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran juga melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran diartikan sebagai kegiatan fisik maupun jasa yang dilakukan untuk memenuhi kepuasan konsumen sesuai kebutuhannya (Nasrun, M. S., & Rasyid, S. A., 2022).

Margin Pemasaran

Tabel 1. Distribusi Marjin, Share dan rasio keuntungan dari pemasaran beras ketan di Surabaya

No	Uraian	Nilai (Rp/ Kg)	Margin (Rp/ Kg)	Distribusi Marjin (%)	Distribusi Share (%)	Rasio K/B
1	Produsen					
	Harga Jual	11.500				
2	Pedagang Grosir		3.500	53,84	54,28	1,18
	Harga Beli	11.500				
	Pengangkutan	750				
	Muat	500				
	Penyusutan	100				
	Retribusi	250				
	Keuntungan	1.900				
	Harga Jual	15.000				
3	Pedagang Pengecer		3.000	46,16	64,50	1,32
	Harga Beli	15.000				
	Sewa	0				
	Pengangkutan	500				
	Listrik	350				
	Sampah	150				
	Penyusutan	500				
	Retribusi	235				
	Bongkar	230				
	Keuntungan	1.935				
	Harga Jual	18.500				
			6.500	100		

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa Saluran pemasaran beras ketan yang terlibat adalah pedagang grosir dan pedagang pengecer. Volume pembelian pedagang grosir sebanyak 25 kg dengan harga beli Rp. 11.500/kg. Pedagang grosir mengeluarkan biaya-biaya seperti biaya pengangkutan, biaya muat, biaya penyusutan dan biaya retribusi (Mursalat, A., et al., 2022). Biaya paling tinggi adalah biaya Pengangkutan yaitu Rp 750/kg. Biasanya pedagang grosir menggunakan mobil pick up dengan menyewa. Biaya pengangkutan yang dikeluarkan dipengaruhi banyaknya beras ketan yang dijual dan jarak antara tempat pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer.

Biaya muat adalah biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul untuk memuat beras ketan dari tempat penampungan ke dalam mobil dengan memanfaatkan jasa tenaga kerja (Mastar, S., & Sari, R., 2022). Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan yaitu satu orang. Besarnya upah tenaga kerja yaitu Rp 25.000/orang atau rata-rata biaya yang dikeluarkan Rp 500/kg. Selain muat, tenaga kerja ini juga yang mengemas beras ketan supaya tidak bercecer di dalam mobil. Biaya total yang dikeluarkan pedagang grosir yaitu sebesar Rp 1.600/kg.

Biaya penyusutan terjadi ketika beras ketan mulai terserang kutu. Petani yang menjual beras ketan ke pedagang grosir kurang teliti dalam menyortir beras ketan sehingga ada yang kurang layak untuk dijual lagi ke pasar, maka pedagang grosir mengeluarkan biaya penyusutan yaitu Rp 100/kg. Selain itu, pedagang grosir mengeluarkan biaya retribusi, yaitu biaya yang dikeluarkan selama dalam perjalanan per sekali angkut (Wuryantoro, W., & Candra, A. 2021). Biaya ini meliputi biaya parkir, karcis masuk dan keluar, serta pungutan liar sepanjang dari pasar Pabean sampai Toko Sembako. biaya yang harus dikeluarkan Rp 250/kg.

Volume pembelian pedagang pengecer sebanyak 25 kg dengan harga beli Rp. 15.000/kg. Pedagang pengecer mengeluarkan biaya-biaya seperti biaya sewa tempat, listrik, sampah, retribusi, bongkar, dan penyusutan. Biaya sewa tempat adalah biaya yang dikeluarkan untuk menyewa tempat. Sewa tempat ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan beras ketan sebelum di jual, dan di tempat inilah pedagang pengecer dan konsumen akhir melakukan transaksi. Biaya yang dikeluarkan untuk sewa tempat sebesar Rp. 0. Besarnya biaya listrik adalah sebesar Rp. 350/kg. Biaya penyusutan adalah komponen biaya tertinggi yaitu sebesar Rp.500/kg. Biaya bongkar muat adalah biaya yang dikeluarkan untuk menurunkan beras ketan kedalam mobil dan membawanya ke toko. jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan adalah satu orang. Besarnya biaya tenaga kerja yaitu Rp. 230/kg beras ketan. Pada satu kali penjualan pedagang pengecer rata-rata menjual sebanyak 25kg. Biaya total yang dikeluarkan pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 1.965/kg. jadi, biaya total keseluruhan baik pedagang grosir maupun pedagang pengecer sebesar Rp. 3.565.

Berdasarkan hasil tabel 1 dapat diketahui bahwa harga beras ketan yang berlaku di tingkat produsen sebesar Rp 11.500/kg. Besar margin yang diperoleh setiap lembaga pemasaran di saluran ini adalah sebesar Rp 3.500 dan Rp 3.000. Margin tertinggi diperoleh pada lembaga Pedagang Grosir sebesar Rp 3.500 dan berkontribusi pada total margin yang didapat pada saluran pemasaran sebesar 53,84%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Pedagang Grosir memiliki penguasaan margin yang dominan pada saluran pemasaran (Karuntu, R. P., et al., 2022). Hal ini terkait dengan sedikitnya lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran sehingga Pedagang Grosir dapat mengambil keuntungan lebih banyak (Sembiring, P., et al., 2021). Namun jika ditinjau dari distribusi share justru Pedagang Pengecer memiliki nilai lebih tinggi yaitu sebesar 64,50% dari margin yang didapat oleh lembaga tersebut. Fungsi pemasaran yang lebih sedikit menyebabkan Pedagang Pengecer dapat menerima share yang tinggi dari margin yang diperoleh, dengan rasio keuntungan dan biaya yang diperoleh sebesar 1.32.

KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah diuraikan dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran beras ketan hanya memiliki satu saluran pemasaran, yaitu dimulai dari Produsen – Pedagang Grosir – Pedagang Pengecer – Konsumen. Hasil analisis margin pemasaran menunjukkan bahwa pedagang Grosir memiliki nilai margin tertinggi dengan nilai margin sebesar 3.500/ Kg. Namun Distribusi share terbesar terletak pada Lembaga pedagang pengecer dengan nilai 64,50% dengan nilai rasio keuntungan dan biaya diperoleh nilai sebesar 1.32.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A. S., & Sutanto, A. H. (2019). Analisis saluran dan margin pemasaran Manggis studi kasus di kelompok tani Manggista desa cibokor kecamatan cibeber Kabupaten cianjur. *Jurnal Agrita*, 1(2)
- Fatmawati, Z., & Zulham, Z. (2019). Analisis margin dan efisiensi saluran pemasaran petani jagung (*Zea mays*) di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*, 2(1), 19-29.
- Hasanah, L., Suryadi, U., & Wihijanto, W. (2017). Analisis saluran distribusi dan margin pemasaran telur itik di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*, 1(1), 25-30.

- Kai, Y., Baruwadi, M., & Tolinggi, W. K. (2016). Analisis distribusi dan margin pemasaran usahatani kacang tanah di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, (1).
- Karuntu, R. P., Lintong, H., Singkoh, M. W., Kumolontang, G., Pinaria, Y. W., & Pantouw, W. F. (2022). Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Cabe Merah Keriting di Kakaskasen Raya Kota Tomohon. *Jurnal AGROBISNIS*, 4(1), 19-24.
- Lasitya, D. S., Irwandi, P., & Kharisudin, A. (2022). Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Beras di Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan. *JEPA*, 7(1), 169-176.
- Mastar, S., & Sari, R. (2022). Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Garam Rakyat di Desa Labuhan Kuris Kecamatan Lape Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(2), 1-9.
- Mursalat, A., Herman, B., Asra, R., & Thamrin, N. T. (2022). Analisis Pendapatan dan Margin Pemasaran Dalam Saluran Distribusi Beras Kabupaten Sidenreng Rappang. *AGRIMOR*, 7(2), 70-76.
- Nasrun, M. S., & Rasyid, S. A. (2022). Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Usahatani Tomat di Desa Kotarindau Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi. *Jurnal Forbis Sains*, 1(1), 11-16.
- Pranata, S. A., & Musnaini, M. (2022). Efisiensi Pemasaran Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*) Keramba Jaring Apung Sungai Batanghari Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(03), 554-568. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i03.17978>
- Prayoto, P., Nugraha, J. P., Waluyo, B. P., Hamdani, H., Priono, B., & Wartini, S. (2022). Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Ikan Bandeng di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. *Chanos chanos*, 20(1), 29-44.
- Qurniati, R., & Herwanti, S. (2020). Saluran dan margin pemasaran durian hasil agroforestri di Desa Sidodadi. *jurnal belantara*, 3(1), 32-40.
- Sembiring, P., Buenbueleun, M., & ND, M. A. (2021). Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Wortel (*daucus carota l*) di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo. *AgriFo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 6(1), 1-12.
- Wahyuni, M. A., Kariada, K., & Darmawati, A. A. I. M. (2021). Analisis distribusi pasar dan margin pemasaran gabah-beras dalam ketahanan pangan di Bali. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal of Agribusiness Management)*, 9(2), 477-489.
- Wuryantoro, W., & Candra, A. (2021). Analisis Margin Pemasaran Agroindustri Beras di Kota Mataram. *Agrimansion*, 22(1), 39-48.