

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian

#### 5.1.1. Kondisi Geografis Desa Ngadirejo

Desa Ngadirejo merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Luas wilayah Desa Ngadirejo sekitar 302,299 ha. Letak Desa Ngadirejo berbatasan dengan beberapa desa seperti: disebelah Utara berbatasan dengan Desa Bunut, disebelah selatan berbatasan dengan Desa Ngadipuro, Disebelah barat berbatasan dengan Desa Patihan, dan disebelah timur berbatasan dengan Desa Widang. Letak Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dengan pusat kota sekitar 25 km

Kondisi topografi Desa Ngadirejo yang berada pada suhu rata-rata 23<sup>0</sup>C-31<sup>0</sup>C dan berada pada ketinggian 7,87 mdpl. Desa Ngadirejo berada di kawasan yang dialiri sungai Bengawan Solo, kondisi tersebut sangat mendukung dilakukannya sistem areal (pengairan) dari sumber sungai Bengawan Solo. Penerapan sistem areal di Desa Ngadirejo membuat pertanian dapat berjalan sepanjang tahun.

Desa Ngadirejo terbagi menjadi tiga Dusun, yaitu: Dusun Mojo, Dusun Nawangan, dan Dusun Slawe. Sebagian besar luas wilayah Desa Ngadirejo merupakan areal persawahan. Pada Tabel 1 pada halaman 39, menunjukkan luas areal persawahan yang digunakan untuk menanam padi 174,23 ha atau mencapai 57,56 persen dari total wilayah desa. Areal persawahan yang ada di Desa Ngadirejo digunakan untuk menanam komoditas padi. Luas lahan sawah lebih besar apabila dibandingkan dengan luas pemukiman yang ada. Luas pemukiman di Desa Ngadirejo yaitu 67,07 ha atau mencapai 22,19 persen dari luas total wilayah desa. Selain lahan sawah di Desa Ngadirejo juga terdapat lahan ladang atau tegal yaitu 56,79 ha atau mencapai 18,79 persen dari total wilayah desa, dan sisanya adalah pemakaman yaitu 3,57 ha atau 1,18 persen dari luas total wilayah desa, perkantoran yaitu yaitu 0,12 ha atau 0,04 persen dari luas total wilayah desa dan sekolah yaitu 0,50 ha atau 0,16 dari luas total wilayah desa.

Tabel 1. Luas Wilayah di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban

No.	Areal	Luas (Ha)	Persentase (%)
1.	Pemukiman	67,07	22,19
2.	Persawahan		
	a. Sawah	174,23	57,64
	b. Ladang/tegalan	56,79	18,79
3.	Pemakaman	3,57	1,18
4.	Perkantoran	0,12	0,04
5.	Sekolah	0,50	0,16
	Jumlah	302,28	100

Sumber: Kantor Desa Ngadirejo

### 5.1.2. Kondisi Demografi Desa Ngadirejo

Kondisi demografi di Desa Ngadirejo dikelompokkan berdasarkan umur, tingkat pendidikan, mata pencaharian dan luas kepemilikan lahan. Berikut penjelasan mengenai kondisi demografi yang ada di Desa Ngadirejo:

#### 1. Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur

Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Desa Ngadirejo, pada Tabel 2 pada halaman 40, menunjukkan bahwa kependudukan pada tahun 2014 berdasarkan umur dari penduduk dari Desa Ngadirejo. Jumlah penduduk Desa Ngadirejo adalah 3.789 orang, sebagian besar penduduk yang ada di Desa Ngadirejo berdasarkan distribusi umur didominasi pada umur 15-55 tahun yaitu 2.292 orang atau mencapai 60,49 persen dari total jumlah penduduk yang ada. Kemudian distribusi penduduk berdasarkan umur yang berada pada posisi ke dua adalah pada umur 0-14 tahun yaitu 895 orang atau mencapai 23,62 persen dari jumlah penduduk, selanjutnya adalah umur lebih dari 55 tahun yaitu 602 orang atau mencapai 15,89 persen dari jumlah penduduk. Distribusi penduduk berdasarkan umur yang ada di Desa Ngadirejo didominasi pada umur-umur yang produktif yaitu pada umur 15-55 tahun, Menurut Rochani et al. dalam Mukhtar dan Kaharuddin (2012), menyatakan bahwa umur produktif manusia berada pada kisaran umur 15-55 tahun, karena pada umur ini kemampuan fisik dari seseorang sangat berpengaruh untuk bekerja secara optimal. Tingginya penduduk dengan usia produktif yang ada di Desa Ngadirejo dapat dilihat dari tingginya penduduk yang memiliki pekerjaan, penjelasan lebih lanjut mengenai jumlah penduduk yang bekerja akan dijelaskan pada Tabel 4 pada halaman 44.



Tabel 2. Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur

No.	Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	0-14	895	23,62
2.	15-55	2.292	60,49
3.	>55	602	15,89
Jumlah		3.789	100

Sumber: Kantor Desa Ngadirejo

## 2. Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Distribusi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Ngadirejo dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Keterangan	Jumlah (Orang)		Jumlah	Persentase (%)
		Laki-laki	Perempuan		
1.	Tidak/belum sekolah	390	402	792	20,90
2.	Belum tamat SD	319	385	704	18,58
3.	Tamat SD/sederajat	482	452	934	24,65
4.	SLTP/sederajat	381	374	755	19,93
5.	SLTA/sederajat	308	235	543	14,09
6.	Diploma I/II	2	3	5	0,13
7.	Akademi/Diploma III	1	4	5	0,13
8.	Sarjana/srata II	24	25	49	1,29
9.	Strata II	2	0	2	0,05
Jumlah		1.909	1.880	3.789	100

Sumber: Kantor Desa Ngadirejo

Pada Tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa distribusi penduduk Desa Ngadirejo berdasarkan tingkat pendidikan, tingkat pendidikan dari penduduk Desa Ngadirejo didominasi oleh lulusan SD yaitu 24,65 persen dari jumlah penduduk desa atau 934 orang. Meskipun tingkat pendidikan penduduk sebagian besar hanya lulusan SD, tetapi penduduk Desa Ngadirejo juga memiliki penduduk dengan tingkat pendidikan sarjana yaitu 1,29 persen dari jumlah penduduk yang ada atau 49 orang serta strata II yaitu 0,05 persen atau 2 orang. Berdasarkan data tersebut maka perlu mendapatkan perhatian yang khusus dari Pemerintah Desa Ngadirejo, seperti melakukan penyuluhan tentang pentingnya pendidikan. Hal ini dikarenakan tingkat pendidikan sangat penting dalam mewujudkan pembangunan dan perkembangan desa.

Tingkat pendidikan dapat digunakan sebagai cerminan tingkat adopsi inovasi dan penyerapan informasi yang dapat pendukung usahatani yang

dilakukan. Menurut Shultz *dalam* Weir (1999), menyatakan bahwa pendidikan merupakan faktor penentu cepat atau lambatnya perkembangan dalam produksi pertanian, baik secara teknologi atau ekonomi lingkungan. Oleh karena itu, perkembangan dan pembangunan suatu daerah atau desa tidak hanya ditentukan dari kuantitas penduduk, tetapi juga dari kualitas dari penduduk. Cepat atau lambatnya penduduk dalam menerima informasi, adopsi dan inovasi akan menjadi penentu perkembangan dan pembangunan pada desa tersebut.

### 3. Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Distribusi penduduk berdasarkan mata pencaharian, merupakan indikator yang menunjukkan kegiatan yang dilakukan oleh penduduk Desa Ngadirejo dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, melalui mata pencaharian juga dapat digunakan sebagai indikator kegiatan yang menunjukkan peranan sektor dalam menyokong kegiatan perekonomian di desa tersebut. Distribusi penduduk berdasarkan mata pencaharian di Desa Ngadirejo berdasarkan Tabel 4 pada halaman 42, menunjukkan bahwa penduduk di Desa Ngadirejo di dominasi oleh penduduk yang belum bekerja yaitu 857 orang, kemudian selanjutnya adalah berkerja sebagai petani. Jumlah petani dan pekebun yang ada di Desa Ngadirejo sekitar 582 lebih rendah apabila dibandingkan dengan yang belum atau tidak bekerja. Meskipun demikian tetapi seringkali penduduk yang belum bekerja atau tidak bekerja sering membantu pada kegiatan pertanian baik sebagai buruh tani ataupun sebagai pekebun. Oleh karena itu, hampir sebagian besar penduduk Desa Ngadirejo melakukan aktifitas pada kegiatan pertanian. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sektor pertanian memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan ekonomi Desa Ngadirejo. Kemudian pada penduduk dengan mata pencaharian terendah adalah pada karyawan BUMN, Pembantu rumah tangga, mekanik, dokter dan perawat yaitu hanya 1 orang.

Dominasi penduduk Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban yang berprofesi sebagai petani karena luas lahan pertanian yang ada di Desa ini sangat luas. Sehingga kebanyakan petani yang ada di Desa Ngadirejo meneruskan usaha tani dari orang tua yang berprofesi sebagai petani juga.



Tabel 4. Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian

No.	Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Belum/tidak bekerja	451	406	857
2.	Mengurus rumah tangga	6	504	510
3.	Pensiunan	3	6	9
4.	Pengawai Negeri Sipil (PNS)	13	6	19
5.	TNI	4	0	4
6.	Pedagang	196	141	337
7.	Petani dan pekebun	369	213	582
8.	Peternak	3	0	3
9.	Nelayan	4	0	4
10.	Industri	15	28	43
11.	Kontruksi	74	2	76
12.	Transportasi	14	0	14
13.	Karyawan swasta	45	23	68
14.	Karyawan BUMN	1	0	1
15.	Karyawan honorer	2	0	2
16.	Buruh harian lepas	4	2	6
17.	Buruh tani/pekebun	4	2	6
18.	Pembantu rumah tangga	0	1	1
19.	Tukang jahit	2	2	4
20.	Mekanik	1	0	1
21.	Ustadz/mubaligh	1	1	2
22.	Guru	11	19	30
23.	Dokter	0	1	1
24.	Perawat	1	0	1
25.	Sopir	2	0	2
26.	Perangkat desa	20	4	24
27.	Kepala desa	1	1	2
28.	Wiraswasta	365	268	634
29.	Lainnya	9	11	20
30.	Pelajar/mahasiswa	288	238	526
	Jumlah total	1.909	1.880	3.789

Sumber: Kantor Desa Ngadirejo

#### 4. Ditribusi Penduduk Berdasarkan Luas Kepemilikan Lahan

Distribusi penduduk berdasarkan luas kepemilikan lahan merupakan indikator kepemilikan luasan lahan pertanian penduduk Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Pada Tabel 5 di halaman 43, menunjukkan bahwa sebagian besar kepemilikan luas lahan pertanian di Desa Ngadirejo didominasi pada petani yang memiliki luasan lahan 0,1 sampai 0,49 ha yaitu sekitar 55,37 persen, kemudian kepemilika luasan lahan 0,5 sampai 1 ha

sekitar 35,33 persen. Selanjutnya kepemilikan lahan diatas 1 ha hanya sekitar 9,30 persen dari luasan lahan pertanian.

Tabel 5. Ditribusi Penduduk Berdasarkan Luas Kepemilikan Lahan

No.	Luas lahan (ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	0,1-0,49	268	55,37
2.	0,5-1	171	35,33
3.	>1	45	9,30
Jumlah		484	100

*Sumber:* Kantor Desa Ngadirejo

## 5.2 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

### 5.2.1 Karakteristik Petani Responden

Karakteristik responden merupakan ciri yang menjadi pembeda antara petani yang satu dengan petani lainnya. Karakteristik petani responden dalam penelitian ini meliputi: umur, tingkat pendidikan dan luas kepemilikan lahan dari petani yang menjadi responden. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai karakteristik dari petani responden yang ada di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.

#### 1. Umur Petani Responden

Pengambilan responden selain didasarkan pada luasan kepemilikan lahan, juga dilakukan pengambilan berdasarkan umur produktif. Berdasarkan Tabel 6 di bawah ini, menunjukkan bahwa umur responden di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban di dominasi oleh petani dengan umur produktif yaitu pada umur 15-55 tahun sebanyak 27 orang atau 65,85 persen dari jumlah responden keseluruhan, kemudian pada umur diatas 55 tahun sebanyak 14 orang atau 34,15 persen dari keseluruhan jumlah responden. Pengambilan responden tidak dilakukan pada umur 0-14 tahun, dikarenakan tidak ada petani di Desa Ngadirejo yang berumur 0-14 tahun. Petani di yang ada di Desa Ngadirejo adalah pada umur di atas 0-14 tahun.

Tabel 6. Umur Petani Responden

No.	Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	0-14	0	0
2.	15-55	27	65,85
3.	>55	14	34,15
Jumlah		41	100

*Sumber:* Data primer diolah, 2015



## 2. Tingkat Pendidikan Responden Petani

Tingkat pendidikan petani dapat menggambarkan tingkat kecepatan dari petani dalam mengadopsi inovasi yang dapat mendukung kegiatan dalam berusaha tani. Selain itu, perbedaan tingkat pendidikan juga dapat menjadi cepat atau lambatnya petani dalam menentukan suatu keputusan. Oleh karena itu, pengambilan responden petani juga didasarkan pada tingkat pendidikan dari seluruh penduduk Desa Ngadirejo, hal tersebut dilakukan agar pengambilan responden petani yang dilakukan dapat mewakili populasi yang ada di Desa Ngadirejo. Pada Tabel 7 di bawah, menunjukkan bahwa responden petani pada penelitian ini didominasi oleh petani dengan tingkat pendidikan tamatan SD yaitu sekitar 53,66 persen, sedangkan responden petani yang paling sedikit adalah petani dengan tingkat pendidikan SMP yaitu sekitar 2,44 persen.

Tabel 7. Tingkat Pendidikan Petani Responden

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Tidak tamat SD	8	19,51
2.	SD	22	53,66
3.	SMP	1	2,44
4.	SMA	10	24,39
Jumlah		41	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

## 3. Luas Kepemilikan Lahan Responden Petani

Luas kepemilikan lahan pertanian petani menunjukkan skala usaha petanian yang dilakukan oleh petani. Pada Tabel 8 pada halaman 45, menunjukkan bahwa kepemilikan luas lahan pertanian di Desa Ngadirejo, kepemilikan lahan didominasi oleh petani yang memiliki lahan pertanian dengan luasan 0,1-0,49 ha, sehingga pengambilan responden petani pada penelitian ini lebih banyak diambil dari petani yang memiliki lahan kurang dari 0,5 ha yaitu 23 orang atau 56,10 persen dari keseluruhan responden. Selanjutnya pengambilan responden petani yang paling sedikit diambil adalah petani dengan kepemilikan lahan lebih dari 1 ha yaitu 4 orang atau 9,76 persen dari keseluruhan responden. Pengambilan jumlah sampel didasarkan pada metode pengambilan sampel menggunakan metode *stratified sampling* kemudian pengambilan sampel per strata menggunakan metode *slovin* dan *proporsional random sampling*.

Tabel 8. Luas Kepemilikan Lahan Responden Petani padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.

No.	Luas lahan (ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	0,1-0,49	23	56,10
2.	0,5-1	14	34,15
3.	>1	4	9,76
	Jumlah	41	100

Sumber: Kantor Desa Ngadirejo

### 5.2.2 Karakteristik Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran memiliki peran yang penting didalam kegiatan pemasaran, peran tersebut adalah menyalurkan dan mendistribusikan barang atau hasil produksi ke pusat perdagangan hingga sampai ke konsumen akhir. Lembaga pemasaran yang terlibat pada pemasaran padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, seperti: tengkulak, penebas, pengepul dan pengecer. Tengkulak adalah pedagang perantara yang membeli gabah langsung dari petani, berdasarkan satuan berat. Selanjutnya penebas adalah pedagang yang membeli langsung dari peyani dengan sistem tebasan. Kemudian pengepul adalah pedagang yang membeli gabah dalam jumlah yang banyak dari tengkulak atau penebas, kemudian melakukan kegiatan prosesing yaitu: pengeringan dan penggilingan sehingga berubah dari gabah menjadi beras, baik memiliki badan hukum ataupun tidak. Pengecer adalah pedagang yang menjual hasil produksi dari pedagang besar yang berupa beras kepada konsumen. Pengambilan sampel responden pada lembaga pemasaran didasarkan pada metode *snowball sampling*. Berdasarkan metode *snowball sampling*, didapatkan 3 penebas, 4 tengkulak besar, 3 pengepul atau penggilingan dan 3 pengecer. Masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban memiliki karakteristik baik berdasarkan umur ataupun pendidikan. Berikut ini merupakan karakteristik dari lembaga pemasaran tersebut:

#### 1. Umur Responden Lembaga Pemasaran

Umur responden lembaga pemasaran menjadi salah satu indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat kemudahan lembaga pemasaran dalam menerima atau mengadopsi inovasi dan teknologi yang dapat mendukung kegiatan pemasaran. Karakteristik dari responden lembaga pemasaran yang terlibat



dalam pemasaran padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dijelaskan pada Tabel 9, sebagai berikut:

Tabel 9. Umur Responden Lembaga Pemasaran Padi Varietas Ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.

No	Kelompok Umur (Tahun)	Penebas		Tengkulak		Pengepul		Pengecer	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	0-14	-	-	-	-	-	-	-	-
2	15-55	2	66,66	1	25	2	66,66	2	66,66
3	>55	1	33,33	3	75	1	33,33	1	33,33
	Total	3	100	4	100	3	100	3	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 9 di atas, diketahui bahwa sebagian besar umur dari responden yang menjadi penebas padi berada pada umur produktif yaitu sebanyak 2 orang atau 66,66 persen, sedangkan 1 orang atau 33,33 persen berada pada kelompok umur lebih dari 55 tahun. Kemudian untuk responden lembaga pemasaran yang menjadi tengkulak sebagian besar berada pada kelompok umur lebih dari 55 yaitu 3 orang atau 75 persen dan sisanya sebanyak 1 orang atau 25 persen, berada pada kelompok umur 15-55 tahun. Selanjutnya adalah responden pengepul atau penggilingan, yang berada pada kelompok umur yaitu pada kelompok umur 15-55 tahun sebanyak 2 orang atau 66,66 dan lebih dari 55 tahun yaitu 1 orang atau 33,33 persen. Kemudian, pada saluran pemasaran berikutnya adalah pedagang pengecer, sebagian besar pedagang pengecer berada pada usia 15-55 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 66,66 persen dari jumlah responden dan sisanya yaitu 1 orang atau 33,33 persen dari jumlah responden berada pada usia diatas 55 tahun.

## 2. Tingkat Pendidikan Responden Lembaga Pemasaran

Tingkat pendidikan dari responden lembaga pemasaran dapat menjadi indikasi keterbukaan lembaga pemasaran dalam menerima informasi dan teknologi yang dapat mendukung kegiatan pemasaran padi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang tingkat pendidikan dari responden lembaga pemasaran dapat dilihat pada Tabel 10 pada halaman 47.

Tabel 10. Tingkat Pendidikan Responden Lembaga Pemasaran Padi Varietas Ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.

No	Tingkat Pendidikan	Penebas		Tengkulak		Pengepul		Pengecer	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1.	Tidak tamat SD	-	-	-	-	1	33,33	-	-
2.	SD	3	100	2	50	-	-	-	-
3.	SMP	-	-	1	25	-	-	-	-
4.	SMA	-	-	1	25	2	66,66	2	66,66
5.	Sarjana	-	-	-	-	-	-	1	33,33
Total		3	100	4	100	3	100	3	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 10 di atas, diketahui bahwa tingkat pendidikan dari responden lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban bermacam-macam. Dapat dilihat bahwa pada saluran penebas didominasi responden dengan tingkat pendidikan tamatan SD yaitu 3 orang atau 100 persen dari jumlah responden penebas. Pada saluran tengkulak tingkat pendidikan yang mendominasi adalah SD yaitu 2 orang atau 50 persen, dan sisanya masing-masing SMP dan SMA yaitu 1 orang atau 25 persen. Selanjutnya pengepul, tingkat pendidikan yang mendominasi adalah SMA yaitu 2 orang atau 66,66 persen dan lainnya Tidak tamat SD. Kemudian pada saluran selanjutnya yaitu pengecer, sebagian besar didominasi oleh pengecer dengan tingkat pendidikan SMA yaitu 2 orang atau 66,66 persen dari jumlah populasi dan sisanya sebanyak 1 orang atau 33,33 persen dari jumlah populasi adalah pengecer dengan tingkat pendidikan sarjana.

### 5.3 Pemasaran Padi di Desa Ngadirejo

#### 5.3.1 Saluran Pemasaran Padi

Pada penelitian yang dilakukan tentang efisiensi pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, dalam melakukan pendistribusian padi melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Seperti: penebas, tengkulak dan pengepul dan pengecer. Berikut ini merupakan beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran padi yang terjadi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, yaitu:



1. Saluran pemasaran I :Petani→tengkulak→pengepul luar daerah (Lamongan)→pengecer luar daerah (Madura)→konsumen
2. Saluran pemasaran II :Petani→penebas→tengkulak→pengepul lokal→pengecer lokal→konsumen
3. Saluran pemasaran III :Petani→penebas→pengepul lokal→pengecer luar daerah (Gresik) →konsumen

Saluran pemasaran tersebut ditetapkan berdasarkan *snowball sampling*. Dari hasil wawancara dengan petani kemudian ke saluran pemasaran lainnya yang terlibat dalam saluran pemasaran yang dilakukan. Dapat diketahui bahwa ada tiga macam saluran pemasaran yang ada dalam pemasaran padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Berikut ini merupakan Tabel 11 di bawah, menunjukkan persentase responden petani yang ada dalam masing-masing saluran pemasaran.

Tabel 11. Saluran Pemasaran Padi Varietas Ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.

No	Saluran Pemasaran	Responden petani	Persentase (%)
1.	Saluran I	17	41,46
2.	Saluran II	5	12,20
3.	Saluran III	19	46,34
Jumlah		41	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 11 di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden petani yang ada di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dalam memasarkan hasil produksinya atau memasarkan padi melalui saluran pemasaran III: Petani-penebas-pengepul lokal-pengecer luar daerah (Gresik)-konsumen sebanyak 19 orang atau 46,34 persen dari jumlah responden petani. Selanjutnya responden petani yang memasarkan hasil produksi (padi) paling sedikit adalah pada saluran pemasaran II: Petani-penebas-tengkulak-pengepul lokal-pengecer lokal-konsumen sebanyak 5 orang atau 12,20 persen dari jumlah responden petani. Kemudian sisanya adalah pada saluran pemasaran I: Petani-tengkulak-pengepul luar daerah (Lamongan)-pengecer luar daerah (Madura)-konsumen sebanyak 17 orang atau 41,46 persen dari jumlah responden.

### 5.3.2 Fungsi-Fungsi Pemasaran Padi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, ada tiga macam saluran pemasaran. Pada lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran masing-masing melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Berikut pada Tabel 12, menjelaskan tentang fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tiga saluran pemasaran tersebut:

#### 1. Saluran Pemasaran I

Tabel 12. Fungsi-fungsi Pemasaran Padi Varietas Ciherang pada Saluran I

No.	Fungsi-Fungsi Pemasaran	Petani (Rp/kg)	Tengkulak (Rp/kg)	Pengepul luar daerah (Rp/kg)	Pengecer luar daerah (Rp/kg)
	Fungsi Pertukaran:				
1.	a. Pembelian	-	3600	3800	9300
	b. Penjualan	3600	3800	9300	10000
	Fungsi Fisik:				
	a. Pengeringan	-	-	50	-
	b. Penggilingan	-	-	250	-
	c. Sortasi	-	-	15	-
2.	d. Pengemasan	-	24	116	-
	e. Penimbangan	-	12,5	13,54	-
	f. Bongkar muat	-	18,75	18,75	23,08
	g. Transportasi	-	-	50	200
	h. Penyimpanan	-	-	20	10
	Fungsi Fasilitas				
3.	a. Retribusi	-	-	-	-
	b. ....	-	-	-	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Pada Tabel 12 di atas, menunjukkan bahwa ada beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran I seperti: petani-tengkulak-pengepul luar daerah (Lamongan)-pengecer luar daerah (Madura)-konsumen. Pada kegiatan pemasaran padi beberapa lembaga pemasaran juga melakukan fungsi-fungsi, berikut penjelasan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran:

#### a. Petani

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, petani langsung menjual gabah kepada tengkulak. Hal ini dikarenakan petani tidak mau menanggung biaya-biaya



pemasaran seperti: pengemasan, penimbangan dan lain sebagainya. Petani langsung menjual gabah kepada tengkulak berdasarkan satuan berat sebesar Rp. 3600 per kilogram dan tidak melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Harga tersebut didapatkan dari harga rata-rata yang diterima oleh petani. Penentuan harga berdasarkan tawar-menawar yang dilakukan oleh tengkulak dan petani.

Informasi mengenai harga gabah petani dapatkan dari tengkulak yang akan membeli gabah tersebut, selain itu juga didapatkan berdasarkan informasi harga dari tengkulak lainnya. Kondisi tersebut diperparah dengan fluktuasi harga gabah yang tidak menentu membuat pendapatan petani menjadi tidak menentu, dimana petani yang panen lebih awal akan mendapatkan harga jual gabah yang lebih mahal yaitu di atas Rp. 4000 per kilogram dibandingkan dengan petani yang masa panennya di akhir dibawah Rp. 3500 per kilogram.

#### b. Tengkulak

Tengkulak yang terlibat adalah tengkulak yang berasal dari daerah yang sama dengan petani, yaitu berada pada daerah Kabupaten Tuban. Pada pemasaran padi tengkulak membeli dengan harga Rp. 3600 per kilogram berdasarkan satuan berat. Kemudian tengkulak menjual kembali gabah tersebut kepada pengepul luar daerah dengan harga Rp. 3800 per kilogram, tetapi sebelum menjual kembali kepada pengepul, tengkulak melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran seperti:

##### 1) Pengemasan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak adalah pengemasan. Pengemasan yang dilakukan pada gabah adalah menggunakan karung dengan kapasitas karung sekitar 50 kilogram gabah per karung. Pengemasan dilakukan setelah padi digiling menggunakan mesin perontok padi (*dos*). Biaya yang dikeluarkan oleh tengkulak untuk pengemasan adalah sebesar Rp. 24 per kilogram.

##### 2) Penimbangan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak selanjutnya adalah penimbangan. Penimbangan dilakukan untuk mengetahui berat dari gabah yang dibeli oleh tengkulak. Pada saluran pemasaran I penimbangan dilakukan oleh tengkulak, tetapi petani juga ikut serta dan menyaksikan proses penimbangan tersebut. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari terjadi kecurangan yang

dilakukan oleh tengkulak. Biaya yang dikeluarkan tengkulak untuk penimbangan adalah sebesar Rp. 12,5 per kilogram.

### 3) Bongkar muat

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak setelah penimbangan adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan gabah dari mobil ke lokasi tujuan. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak adalah muat, karena bongkar akan dilakukan oleh lembaga pemasaran berikutnya. Biaya yang harus dikeluarkan oleh tengkulak untuk muat adalah sebesar Rp. 18,75 per kilogram.

### c. Pengepul Luar Daerah

Pengepul luar daerah adalah pengepul yang berasal dari luar daerah Tuban, dimana pengepul pada saluran pemasaran I berasal dari daerah Lamongan. Pengepul membeli gabah dari tengkulak dengan harga sebesar Rp. 3800 per kilogram, kemudian pengepul menjual kembali kepada pengecer dalam bentuk beras dengan harga Rp. 9300 per kilogram, setelah sebelumnya pengepul melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah sebagai berikut:

#### 1) Pengeringan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul setelah membeli gabah dari tengkulak adalah pengeringan. Pengeringan yang dilakukan oleh pengepul adalah secara manual ataupun mesin. Pengeringan secara manual dilakukan 2-3 hari penjemuran, sehingga gabah tersebut benar-benar kering. Pengeringan juga digunakan menggunakan mesin hal ini membutuhkan waktu yang lebih sedikit dibandingkan secara manual. Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk pengeringan adalah Rp. 50 per kilogram.

#### 2) Penggilingan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul setelah pengeringan adalah penggilingan. Penggilingan merupakan proses pemisahan kulit dengan beras, yaitu dari gabah menjadi beras. Penggilingan gabah menjadi padi yang dilakukan oleh pengepul menggunakan mesin atau peralatan modern. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk penggilingan adalah sebesar Rp. 250 per kilogram.



### 3) Sortasi

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah sortasi. Sortasi merupakan proses pemisahan beras yang pecah atau tidak utuh dan beras yang utuh. Sortasi beras yang dilakukan oleh pengepul menggunakan mesin sortasi, sehingga sortasi dapat dilakukan lebih cepat. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk sortasi adalah sebesar Rp. 15 per kilogram.

### 4) Pengemasan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul berikutnya adalah pengemasan. Pengemasan dilakukan setelah beras di sortasi, dimana beras yang tidak utuh atau pecah akan dikemas dengan beras yang pecah juga dan beras yang utuh akan dikemas dengan beras yang utuh lainnya. Pengemasan dilakukan berdasarkan ukuran kemasan, ada yang dikemas dengan kemasan 25 kilogram dan ada yang 50 kilogram. Rata-rata biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pengepul adalah sebesar Rp. 116 per kilogram.

### 5) Penimbangan

Fungsi pemasaran berikutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah penimbangan. Penimbangan dilakukan untuk menimbang berat beras yang dikemas dan akan dijual kepada pengecer. Penimbangan yang dilakukan oleh pengepul menggunakan timbangan duduk. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk penimbangan adalah sebesar Rp. 13,54 per kilogram.

### 6) Bongkar muat

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan gabah dari mobil ke lokasi tujuan. Pengepul melakukan kegiatan bongkar atau penurunan gabah dari pengiriman tengkulak. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk bongkar atau penurunan gabah adalah sebesar Rp. 18,75 per kilogram.

### 7) Transportasi

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah transportasi. Transportasi adalah pemindahan barang secara fisik dari satu tempat ke tempat tujuan lainnya. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pengepul adalah biaya pengambilan atau pendistribusian gabah yang dibeli dari tengkulak. Hal tersebut

dikarenakan tengkulak tidak menanggung biaya transportasi. Biaya transportasi tersebut sebesar Rp. 50 per kilogram. Alat transportasi yang digunakan oleh pengepul dalam mengambil gabah dari tengkulak adalah truk ban double.

#### 8) Penyimpanan

Fungsi pemasaran yang terakhir yang dilakukan oleh pengepul adalah penyimpanan. Biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh pengepul pada saluran pemasaran adalah sebesar Rp. 20 per kilogram, biaya dikeluarkan untuk melakukan penyimpanan pada gabah sebelum gabah tersebut digiling.

#### d. Pengecer Luar Daerah

Pengecer luar daerah adalah pengecer yang berasal dari luar daerah Tuban, dimana pengepul pada saluran pemasaran I berasal dari daerah Madura. Pengecer membeli gabah dari pengepul dengan harga sebesar Rp. 9300 per kilogram, kemudian pengecer menjual kembali beras kepada konsumen dengan harga Rp. 10000 per kilogram, setelah sebelumnya pengepul melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah sebagai berikut:

##### 1) Bongkar muat

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengecer luar daerah adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan beras dari mobil ke lokasi tujuan. Pengepul melakukan kegiatan bongkar muat beras dari pengecer ke tempat pengepul. Biaya yang dikeluarkan oleh pengecer untuk bongkar muat gabah adalah sebesar Rp. 23,08 per kilogram.

##### 2) Transportasi

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengecer selanjutnya adalah transportasi. Transportasi adalah pemindahan barang secara fisik dari satu tempat ke tempat tujuan lainnya. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pengecer adalah biaya pengambilan atau pendistribusian gabah yang dibeli dari pengepul. Hal tersebut dikarenakan pengepul tidak menanggung biaya transportasi pengiriman. Biaya transportasi tersebut sebesar Rp. 200 per kilogram. Alat transportasi yang digunakan oleh pengecer dalam pendistribusian beras adalah truk ban double.



### 3) Penyimpanan

Fungsi pemasaran yang terakhir yang dilakukan oleh pengecer adalah penyimpanan. Biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh pengepul pada saluran pemasaran adalah sebesar Rp. 10 per kilogram, biaya dikeluarkan untuk melakukan penyimpanan beras sebelum dibeli oleh konsumen.

## 2. Saluran Pemasaran II

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran II akan dijelaskan pada Tabel 13 di bawah ini:

Tabel 13. Fungsi-fungsi Pemasaran Padi Varietas Ciherang pada Saluran II

No	Fungsi-Fungsi Pemasaran	Petani (Rp/kg)	Penebas (Rp/kg)	Tengkulak (Rp/kg)	Pengepul lokal (Rp/kg)	Pengecer lokal (Rp/kg)
	Fungsi					
1.	Pertukaran:					
	a. Pembelian	-	3447,9	3600	3800	9200
	b. Penjualan	3447,9	3600	3800	9200	9650
	Fungsi Fisik:					
	a. Pengeringan	-	-	-	200	-
	b. Penggilingan	-	-	-	250	-
	c. Sortasi	-	-	-	20	-
2.	d. Pengemasan	-	31	-	120	-
	e. Penimbangan	-	12,5	12,5	13,54	-
	f. Bongkar muat	-	-	18,75	18,75	21,43
	g. Transportasi	-	-	50	30	-
	h. Penyimpanan	-	-	-	20	10
	Fungsi Fasilitas					
3.	a. Retribusi	-	-	-	-	10
	b. ....	-	-	-	-	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Pada Tabel 13 di atas, menunjukkan bahwa ada beberapa lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran II seperti: petani-penebas-tengkulak-pengepul lokal-pengecer lokal-konsumen. Pada kegiatan pemasaran padi beberapa lembaga pemasaran juga melakukan fungsi-fungsi, berikut penjelasan mengenai fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran:

#### a. Petani

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, petani langsung menjual gabah kepada penebas. Menurut Adiyoga et al *dalam* Soetiarso (1998), menyatakan bahwa sistem tebasan merupakan transaksi pembelian yang dilakukan pada saat tanaman masih ada di lapangan dan belum di panen, dimana pembeli menaksirkan hasil produksi dari penjual. Hal ini dikarenakan petani tidak mau menanggung biaya-biaya pemasaran seperti: pengemasan, penimbangan dan lain sebagainya. Penentuan harga berdasarkan tawar-menawar yang dilakukan oleh penebas dan petani. Rata-rata harga gabah yang diterima oleh petani adalah sebesar Rp. 3447,93 per kilogram. Pembelian secara tebasan sering kali merugikan petani, karena harga yang diterima petani akan lebih rendah dibandingkan dengan harga jual secara satuan berat.

#### b. Penebas

Penebas yang terlibat merupakan penebas yang berasal dari daerah yang sama dengan petani, yaitu berada pada daerah Kabupaten Tuban. Pada pemasaran padi penebas membeli dengan harga Rp. 3447,93 per kilogram berdasarkan sistem tebasan. Penebas sebelum menebas padi yang dimiliki oleh petani mempertimbangkan beberapa hal, seperti: kondisi tanaman, hasil produksi musim sebelumnya dan harga pasaran gabah. Penebas menjual kembali gabah tersebut kepada tengkulak lokal dengan harga Rp. 3600 per kilogram, tetapi sebelum menjual kembali kepada tengkulak, penebas melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran seperti:

##### 1) Pengemasan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh penebas adalah pengemasan. Pengemasan yang dilakukan pada gabah adalah menggunakan karung dengan kapasitas karung sekitar 50 kilogram gabah per karung. Pengemasan dilakukan setelah padi digiling menggunakan mesin perontok padi (*dos*). Biaya yang dikeluarkan oleh penebas untuk pengemasan adalah sebesar Rp. 31 per kilogram.

##### 2) Penimbangan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh penebas selanjutnya adalah penimbangan. Penimbangan dilakukan untuk mengetahui berat dari gabah yang dibeli oleh penebas. Penimbangan dilakukan pada penebas sendiri tanpa adanya



petani, hal ini dikarenakan pembelian dilakukan secara tebasan dan tidak berdasarkan satuan berat. Biaya yang dikeluarkan pennebas untuk penimbangan adalah sebesar Rp. 12,5 per kilogram.

### c. Tengkulak

Tengkulak pada saluran II adalah tengkulak yang berasal dari daerah yang sama dengan petani, yaitu berada pada daerah Kabupaten Tuban. Pada pemasaran padi tengkulak membeli dengan harga Rp. 3600 per kilogram berdasarkan satuan berat. Kemudian tengkulak menjual kembali gabah tersebut kepada pengepul luar daerah dengan harga Rp. 3800 per kilogram, tetapi sebelum menjual kembali kepada pengepul, tengkulak melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran seperti:

#### 1) Penimbangan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak adalah penimbangan. Penimbangan dilakukan untuk mengetahui berat dari gabah yang dibeli oleh tengkulak. Pada saluran pemasaran II penimbangan dilakukan oleh tengkulak, tetapi pennebas juga ikut serta dan menyaksikan proses penimbangan tersebut. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari terjadi kecurangan yang dilakukan oleh tengkulak. Biaya yang dikeluarkan tengkulak untuk penimbangan adalah sebesar Rp. 12,5 per kilogram.

#### 2) Bongkar muat

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak setelah penimbangan adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan gabah dari mobil ke lokasi tujuan. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak adalah muat, karena bongkar akan dilakukan oleh lembaga pemasaran berikutnya. Biaya yang harus dikeluarkan oleh tengkulak untuk muat gabah adalah sebesar Rp. 18,75 per kilogram.

#### 3) Transportasi

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak adalah transportasi. Transportasi adalah pemindahan barang secara fisik dari satu tempat ke tempat tujuan lainnya. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh tengkulak adalah biaya pendistribusian gabah kepada pengepul. Biaya transportasi yang ditanggung oleh tengkulak adalah sebesar Rp. 50 per kilogram. Alat transportasi yang digunakan oleh tengkulak dalam pendistribusian gabah adalah truk ban double.

#### d. Pengepul lokal

Pengepul lokal adalah pengepul yang berasal dari daerah Tuban. Meskipun berada pada satu daerah tetapi lokasi pengepul lokal dengan daerah petani berjarak sekitar 25 km. Pengepul membeli gabah dari tengkulak dengan harga sebesar Rp. 3800 per kilogram, kemudian pengepul menjual kembali kepada pengecer dalam bentuk beras dengan harga Rp. 9200 per kilogram, setelah sebelumnya pengepul melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah sebagai berikut:

##### 1) Pengeringan

Fungsi pemasaran pertama yang dilakukan oleh pengepul setelah membeli gabah dari tengkulak adalah pengeringan. Pengeringan yang dilakukan oleh pengepul adalah secara manual. Pengeringan secara manual dilakukan 2-3 hari penjemuran, sehingga gabah tersebut benar-benar kering. Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk pengeringan adalah Rp. 200 per kilogram.

##### 2) Penggilingan

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh pengepul setelah pengeringan adalah penggilingan. Penggilingan merupakan proses pemisahan kulit dengan beras, yaitu dari gabah menjadi beras. Penggilingan gabah menjadi padi yang dilakukan oleh pengepul menggunakan mesin atau peralatan modern. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk biaya penggilingan adalah sebesar Rp. 250 per kilogram.

##### 3) Sortasi

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah sortasi. Sortasi merupakan proses pemisahan beras yang pecah atau tidak utuh dan beras yang utuh. Sortasi beras yang dilakukan oleh pengepul secara manual, sehingga sortasi dapat dilakukan lebih cepat. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk sortasi adalah sebesar Rp. 20 per kilogram.

##### 4) Pengemasan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul berikutnya adalah pengemasan. Pengemasan dilakukan setelah beras di sortasi, dimana beras yang tidak utuh atau pecah akan dikemas dengan beras yang pecah juga dan beras yang utuh akan dikemas dengan beras yang utuh lainnya. Pengemasan dilakukan



berdasarkan ukuran kemasan, ada yang dikemas dengan kemasan 5 kilogram dan ada yang 10 kilogram. Rata-rata biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pengepul adalah sebesar Rp. 120 per kilogram.

#### 5) Penimbangan

Fungsi pemasaran berikutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah penimbangan. Penimbangan dilakukan untuk mengetahui berat beras yang dikemas dan akan dijual kepada pengecer. Penimbangan yang dilakukan oleh pengepul menggunakan timbangan duduk. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk penimbangan adalah sebesar Rp. 13,54 per kilogram.

#### 6) Bongkar muat

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan gabah dari mobil ke lokasi tujuan. Pengepul melakukan kegiatan bongkar atau penurunan gabah dari pengiriman tengkulak. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk bongkar atau penurunan gabah adalah sebesar Rp. 18,75 per kilogram.

#### 7) Transportasi

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah transportasi. Transportasi adalah pemindahan barang secara fisik dari satu tempat ke tempat tujuan lainnya. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pengepul adalah biaya pendistribusian beras kepada pengecer lokal. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pengepul adalah sebesar Rp. 30 per kilogram. Alat transportasi yang digunakan oleh pengepul dalam pendistribusian beras kepada pengecer adalah *pick up* L300.

#### 8) Penyimpanan

Fungsi pemasaran yang terakhir yang dilakukan oleh pengepul pada saluran II adalah penyimpanan. Biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh pengepul pada saluran pemasaran adalah sebesar Rp. 20 per kilogram, biaya dikeluarkan untuk melakukan penyimpanan pada gabah sebelum gabah tersebut digiling.

#### e. Pengecer Lokal

Pengecer lokal adalah pengepul yang berasal dari daerah Tuban. Pengecer membeli gabah dari pengepul dengan harga sebesar Rp. 9200 per kilogram,

kemudian pengecer menjual kembali beras kepada konsumen dengan harga Rp. 9650 per kilogram, setelah sebelumnya pengepul melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah sebagai berikut:

#### 1) Bongkar muat

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengecer adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan beras dari mobil ke lokasi tujuan. Pengepul melakukan kegiatan bongkar atau menurunkan beras dari pengecer ke tempat pengepul. Biaya yang dikeluarkan oleh pengecer untuk bongkar gabah adalah sebesar Rp. 21,43 per kilogram.

#### 2) Retribusi

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh pengecer lokal adalah retribusi. Menurut Mulia *dalam* Pailis (2010) menyatakan bahwa Biaya retribusi adalah pungutan sebagai pembayaran pemakaian atau karena memperoleh jasa pekerjaan, usaha atau milik pemerintah bagi yang berkepentingan atau karena jasa yang diberikan oleh pemerintah dan berdasarkan peraturan umum yang dibuat pemerintah. Biaya retribusi yang dibayarkan oleh pengepul adalah biaya akses masuk pasar, yaitu sebesar Rp. 10 per kilogram.

#### 3) Penyimpanan

Fungsi pemasaran yang terakhir yang dilakukan oleh pengecer adalah penyimpanan. Biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh pengepul pada saluran pemasaran adalah sebesar Rp. 10 per kilogram, biaya dikeluarkan untuk melakukan penyimpanan beras sebelum dibeli oleh konsumen.

### 3. Saluran Pemasaran III

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran III akan dijelaskan pada Tabel 14 di halaman 60.



Tabel 14. Fungsi-fungsi Pemasaran Padi Varietas Ciherang pada Saluran III

No.	Fungsi-Fungsi Pemasaran	Petani (Rp/kg)	Penebas (Rp/kg)	Pengepul lokal (Rp/kg)	Pengecer luar daerah (Rp/kg)
1.	Fungsi Pertukaran:				
	a. Pembelian	-	3380,9	3600	9200
	b. Penjualan	3380,9	3600	9200	9800
2.	Fungsi Fisik:				
	a. Pengeringan	-	-	100	-
	b. Penggilingan	-	-	300	-
	c. Sortasi	-	-	10	-
	d. Pengemasan	-	28	100	-
	e. Penimbangan	-	12,5	13,54	-
	f. Bongkar muat	-	17,89	17,89	21,43
	g. Transportasi	-	-	50	150
	h. Penyimpanan	-	-	20	10
3.	Fungsi Fasilitas				
	a. Retribusi	-	-	-	-
	b. ....	-	-	-	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Pada Tabel 14 di atas, menunjukkan bahwa ada beberapa lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran III seperti: petani-penebas-pengepul lokal-pengecer luar daerah (Gresik)-konsumen. Pada kegiatan pemasaran padi beberapa lembaga pemasaran juga melakukan fungsi-fungsi, berikut penjelasan mengenai fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan:

#### a. Petani

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, petani langsung menjual gabah kepada penebas. Hal ini dikarenakan petani tidak mau menanggung biaya-biaya pemasaran seperti: pengemasan, penimbangan dan lain sebagainya. Penentuan harga berdasarkan tawar-menawar yang dilakukan oleh penebas dan petani. Rata-rata harga gabah yang diterima oleh petani adalah sebesar Rp. 3347,07 per kilogram. Pembelian secara tebasan sering kali membuat harga yang diterima petani akan lebih rendah dibandingkan dengan harga jual dipasaran.

## b. Penebas

Penebas yang terlibat adalah penebas yang berasal dari daerah yang sama dengan petani, yaitu berada pada daerah Kabupaten Tuban. Pada pemasaran padi penebas membeli dengan harga Rp. 3347,07 per kilogram berdasarkan sistem tebasan. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan penebas dalam menebas padi dari petani, seperti: kondisi tanaman, hasil produksi musim sebelumnya dan harga pasaran gabah. Penebas menjual kembali gabah tersebut kepada pengepul dengan harga Rp. 3500 per kilogram, tetapi sebelum menjual kembali kepada pengepul, penebas melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran seperti:

### 1) Pengemasan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh penebas yang pertama adalah pengemasan. Pengemasan yang dilakukan pada gabah adalah menggunakan karung dengan kapasitas karung sekitar 50 kilogram gabah per karung. Pengemasan dilakukan setelah padi digiling menggunakan mesin perontok padi (*dos*). Biaya yang dikeluarkan oleh penebas untuk pengemasan adalah sebesar Rp. 28 per kilogram.

### 2) Penimbangan

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh penebas adalah penimbangan. Penimbangan dilakukan untuk mengetahui berat dari gabah yang dibeli dari petani. Pada saluran pemasaran III penimbangan dilakukan oleh penebas. Biaya yang dikeluarkan oleh penebas untuk penimbangan adalah sebesar Rp. 12,5 per kilogram.

### 3) Bongkar muat

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh penebas setelah penimbangan adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan gabah dari mobil ke lokasi tujuan. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh penebas adalah muat, karena bongkar akan dilakukan oleh lembaga pemasaran berikutnya. Biaya yang harus dikeluarkan oleh penebas untuk muat gabah adalah sebesar Rp. 17,89 per kilogram.



### c. Pengepul Lokal

Pengepul lokal adalah pengepul yang berasal dari daerah Tuban. Pengepul membeli gabah dari penebas dengan harga sebesar Rp. 3600 per kilogram, kemudian pengepul menjual kembali kepada pengecer dalam bentuk beras dengan harga Rp. 9200 per kilogram, setelah sebelumnya pengepul melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah sebagai berikut:

#### 1) Pengeringan

Fungsi pemasaran pertama yang dilakukan oleh pengepul setelah membeli gabah dari penebas adalah pengeringan. Pengeringan yang dilakukan oleh pengepul adalah secara manual. Pengeringan secara manual dilakukan 2-3 hari penjemuran, sehingga gabah tersebut benar-benar kering.. Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk pengeringan adalah Rp. 100 per kilogram.

#### 2) Penggilingan

Fungsi pemasaran berikutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah penggilingan. Penggilingan merupakan proses pemisahan kulit dengan beras, yaitu dari gabah menjadi beras. Penggilingan gabah menjadi padi yang dilakukan oleh pengepul menggunakan mesin atau peralatan modern. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk penggilingan adalah sebesar Rp. 300 per kilogram.

#### 3) Sortasi

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul selanjutnya adalah sortasi setelah dilakukan penggilingan. Sortasi merupakan proses pemisahan beras yang pecah atau tidak utuh dan beras yang utuh. Sortasi beras yang dilakukan oleh pengepul menggunakan mesin sortasi, sehingga sortasi dapat dilakukan lebih cepat. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk sortasi adalah sebesar Rp. 10 per kilogram.

#### 4) Pengemasan

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah pengemasan. Pengemasan dilakukan setelah beras di sortasi, dimana beras yang tidak utuh atau pecah akan dikemas dengan beras yang pecah juga dan beras yang utuh akan dikemas dengan beras yang utuh lainnya. Pengemasan dilakukan

berdasarkan ukuran kemasan, ada yang dikemas dengan kemasan 25 kilogram dan ada yang 50 kilogram. Rata-rata biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pengepul adalah sebesar Rp. 100 per kilogram.

#### 5) Penimbangan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul berikutnya adalah penimbangan. Penimbangan dilakukan untuk menimbang berat beras yang dikemas dan akan dijual kepada pengecer. Penimbangan yang dilakukan oleh pengepul menggunakan timbangan duduk. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk penimbangan adalah sebesar Rp. 13,54 per kilogram.

#### 6) Bongkar muat

Fungsi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh pengepul adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan gabah dari mobil ke lokasi tujuan. Pengepul melakukan kegiatan bongkar atau penurunan gabah dari pengiriman tengkulak. Biaya yang dikeluarkan oleh pengepul untuk bongkar atau penurunan gabah adalah sebesar Rp. 17,89 per kilogram.

#### 7) Transportasi

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah transportasi. Transportasi adalah pemindahan barang secara fisik dari satu tempat ke tempat tujuan lainnya. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pengepul adalah biaya pendistribusian beras kepada pengecer. Hal tersebut dikarenakan tengkulak tidak menanggung biaya transportasi. Biaya transportasi tersebut sebesar Rp. 50 per kilogram. Alat transportasi yang digunakan oleh pengepul dalam pendistribusian gabah adalah truk ban dobel.

#### 8) Penyimpanan

Fungsi pemasaran yang terakhir yang dilakukan oleh pengepul pada saluran III adalah penyimpanan. Biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh pengepul pada saluran pemasaran adalah sebesar Rp. 20 per kilogram, biaya dikeluarkan untuk melakukan penyimpanan pada gabah sebelum gabah tersebut digiling.

#### d. Pengecer Luar Daerah

Pengecer luar daerah adalah pengecer yang berasal dari luar daerah Tuban, dimana pengepul pada saluran pemasaran III berasal dari daerah Gresik. Pengecer



membeli gabah dari pengepul dengan harga sebesar Rp. 9200 per kilogram, kemudian pengecer menjual kembali beras kepada konsumen dengan harga Rp. 9800 per kilogram, setelah sebelumnya pengepul melakukan beberapa fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul adalah sebagai berikut:

1) Bongkar muat

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengecer luar daerah adalah bongkar muat. Bongkar muat merupakan kegiatan menaikkan dan menurunkan beras dari mobil ke lokasi tujuan. Pengepul melakukan kegiatan bongkar muat beras dari pengecer ke tempat pengepul. Biaya yang dikeluarkan oleh pengecer untuk bongkar muat gabah adalah sebesar Rp. 21,43 per kilogram.

2) Transportasi

Fungsi pemasaran berikutnya yang dilakukan oleh pengecer adalah transportasi. Transportasi adalah pemindahan barang secara fisik dari satu tempat ke tempat tujuan lainnya. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pengecer adalah biaya pengambilan atau pendistribusian gabah yang dibeli dari pengepul. Hal tersebut dikarenakan pengepul tidak menanggung biaya transportasi pengiriman. Biaya transportasi tersebut sebesar Rp. 150 per kilogram. Alat transportasi yang digunakan oleh pengecer dalam pendistribusian beras adalah truk ban dobel.

3) Penyimpanan

Fungsi pemasaran yang terakhir yang dilakukan oleh pengecer adalah penyimpanan. Biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh pengepul pada saluran pemasaran adalah sebesar Rp. 10 per kilogram, biaya dikeluarkan untuk melakukan penyimpanan beras sebelum dibeli oleh konsumen.

### 5.3.3 Analisis Marjin Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian tentang efisiensi pemasaran padi yang telah dilakukan di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, dapat diketahui bahwa ada tiga saluran pemasaran yang terlibat. Berikut adalah uraian mengenai marjin dan pada pemasaran padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban:

a) Saluran Pemasaran I

Pada saluran pemasaran I, saluran gabah atau beras di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban yaitu dari petani, tengkulak, pengepul luar daerah (Lamongan) dan pedagang pengecer luar daerah (Madura). Perhitungan mengenai margin dan *share* harga pada pemasaran padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dapat dilihat pada Tabel 15.

Berdasarkan Tabel 15 pada halaman 66, menunjukkan nilai margin, dalam pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, tertinggi adalah pada lembaga pemasaran pengepul luar daerah (Lamongan) yaitu sebesar Rp. 1088,19 per kilogram, lalu lembaga pemasaran selanjutnya adalah pengecer luar daerah (Madura) kemudian lembaga pemasaran yang memiliki nilai margin terendah adalah tengkulak yaitu sebesar Rp. 124 per kilogram. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran I adalah sebesar Rp. 448,36 per kilogram dan total margin sebesar Rp. 1474,40 per kilogram. *Share* harga tertinggi pada saluran pemasaran I adalah petani yaitu sebesar 70,94 persen, kemudian saluran pemasaran terendah adalah tengkulak sebesar 2,44 persen.

Perhitungan margin pemasaran dilakukan berdasarkan pada produk referensi, hal ini dikarenakan karakteristik dari padi yang mengalami penyusutan atau kerusakan. Perhitungan *reference* produk dapat dilihat pada Lampiran 10 di halaman 102.





Tabel 15. Rincian Marjin Pemasaran dan *Share Harga* Padi pada Saluran I

No	Rincian Marjin	Harga (Rp/kg)	Faktor Konversi*	Nilai (Rp/kg)	Marjin (Rp)	Share Harga (%)
<b>1.</b>	<b>Petani</b>					
	Harga jual gabah	3600	1	3600		70,94
<b>2.</b>	<b>Tengkulak lokal</b>				124	2,44
	Harga beli gabah	3600	1	3600		
	Pengemasan	24	0,98	23,52		
	Bongkar muat	18,75	0,98	18,37		
	Penimbangan	12,5	0,98	12,25		
	Total biaya	55,25	0,98	54,14		
	Harga jual gabah	3800	0,98	3724		
	Keuntungan			69,85		
<b>3.</b>	<b>Pengepul luar daerah</b>				1088	21,44
	<b>*Lamongan</b>					
	Harga beli gabah	3800	0,98	3724		
	Pengeringan	50	0,98	49		
	Penggilingan	250	0,78	196		
	Sortasi	15	0,51	7,76		
	Pengemasan	116	0,51	60,02		
	Penimbangan	13,54	0,51	7,00		
	Bongkar muat	18,75	0,51	9,70		
	Penyimpanan	20	0,51	10,34		
	Transportasi	50	0,51	25,87		
	Total biaya	533,29	0,51	275,94		
	Harga jual beras	9300	0,51	4812,19		
	Keuntungan			812,24		
<b>4</b>	<b>Pengecer luar daerah *Madura</b>				262,20	5,17
	Harga beli beras	9300	0,51	4812,19		
	Penyimpanan	10	0,50	5,07		
	Transportasi	200	0,50	101,48		
	Bongkar muat	23,08	0,50	11,71		
	Total biaya	223,08	0,50	118,84		
	Harga jual beras	10000	0,50	5074,40		
	Keuntungan			143,93		
	Total Marjin				1474,40	
	Total Biaya			448,36		

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

#### b) Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran padi II yaitu petani, penebas, tengkulak, pengepul lokal dan pengecer lokal. Perhitungan nilai marjin pemasaran dan padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dapat dilihat pada Tabel 16 :

Tabel 16. Rincian Marjin Pemasaran dan *Share* harga Padi pada Saluran II

No	Rincian Marjin	Harga (Rp/kg)	Faktor Konversi*	Nilai (Rp/kg)	Marjin (Rp)	Share harga (%)
<b>1.</b>	<b>Petani</b>					
	Harga jual gabah	3447,93	1	3447,93		70,41
<b>2.</b>	<b>Penebas</b>				80,07	1,63
	Harga beli gabah	3447,93	1	3447,93		
	Pengemasan	31	0,98	30,38		
	Penimbangan	12,50	0,98	12,25		
	Total biaya	43,50	0,98	42,63		
	Harga jual gabah	3600	0,98	3528		
	Keuntungan			37,44		
<b>3.</b>	<b>Tengkulak</b>				196	4,00
	Harga beli gabah	3600	0,98	3528		
	Bongkar muat	18,75	0,98	18,37		
	Penimbangan	12,50	0,98	12,25		
	Transportasi	50	0,98	49		
	Total biaya	81,25	0,98	79,62		
	Harga jual gabah	3800	0,98	3724		
	Keuntungan			44,37		
<b>4.</b>	<b>Pengepul lokal</b>				1036,44	21,16
	Harga beli gabah	3800	0,98	3724		
	Pengeringan	200	0,98	196		
	Penggilingan	250	0,78	196		
	Sortasi	20	0,51	10,34		
	Pengemasan	120	0,51	62,09		
	Penimbangan	13,54	0,51	7,00		
	Bongkar muat	18,75	0,51	9,70		
	Penyimpanan	20	0,51	10,34		
	Transportasi	30	0,51	15,52		
	Total biaya	672,29	0,51	507,42		
	Harga jual beras	9200	0,51	4760,44		
	Keuntungan			529,42		
<b>5.</b>	<b>Pengecer lokal</b>				136,34	2,78
	Harga beli beras	9200	0,51	4760,44		
	Penyimpanan	10	0,50	5,07		
	Bongkar muat	21,43	0,50	10,87		
	Retribusi	10	0,50	5,07		
	Total biaya	41,43	0,50	21,02		
	Harga jual	9650	0,50	4896,79		
	Keuntungan			115,32		
	Total Marjin				1448,86	
	Total Biaya			650,29		

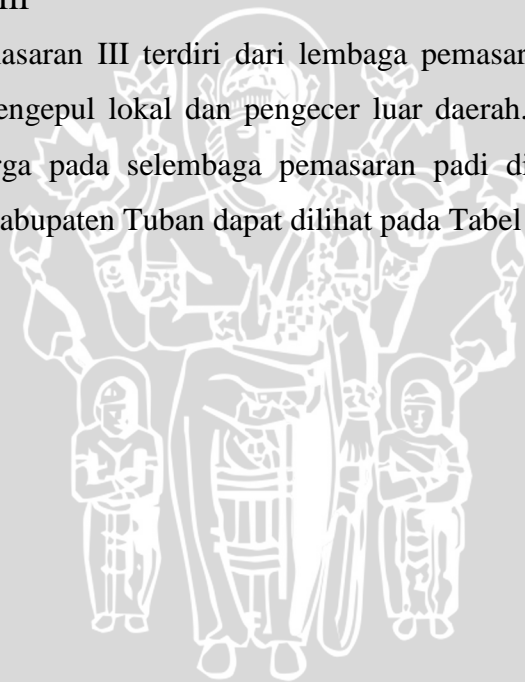
Sumber: Data Primer Diolah, 2015



Berdasarkan Tabel 16 di halaman 67, menunjukkan perhitungan nilai margin dan *share* harga dari masing-masing lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran II. Nilai margin tertinggi pada saluran pemasaran ini seperti pada saluran sebelumnya (pemasaran I) yaitu pengepul lokal dengan nilai margin pemasaran sebesar Rp. 1036,44 per kilogram. Kemudian lembaga pemasaran pada saluran pemasaran II yang memiliki nilai margin pemasaran terendah adalah penebas yaitu sebesar Rp. 80,07 per kilogram. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran pemasaran ini adalah sebesar Rp. 650,29 per kilogram. Total margin pada saluran pemasaran ini sebesar Rp. 1448,86 per kilogram. *Share* harga tertinggi dari saluran pemasaran II adalah petani yaitu sebesar 70,41 persen, kemudian *share* harga terendah adalah penebas yaitu sebesar 1,63 persen.

### c) Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran III terdiri dari lembaga pemasaran seperti: petani, penebas, tengkulak, pengepul lokal dan pengecer luar daerah. Perhitungan nilai margin dan *share* harga pada lembaga pemasaran padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dapat dilihat pada Tabel 17 di halaman 69.



Tabel 17. Rincian Marjin Pemasaran dan *Share* harga Padi pada Saluran III

No	Rincian Marjin	Harga (Rp/kg)	Faktor Konversi*	Nilai (Rp/kg)	Marjin (Rp)	Share harga (%)
<b>1.</b>	<b>Petani</b>					
	Harga jual gabah	3347,07	1	3347,07		67,30
<b>2.</b>	<b>Penebas</b>				180,93	3,64
	Harga beli gabah	3347,07	1	3347,07		
	Pengemasan	28	0,98	27,44		
	Bongkar muat	17,89	0,98	17,53		
	Penimbangan	12,50	0,98	12,25		
	Total biaya	58,39	0,98	57,22		
	Harga jual gabah	3600	0,98	3528		
	Keuntungan			123,70		
<b>3.</b>	<b>Pengepul lokal</b>				1232,44	24,78
	Harga beli gabah	3600	0,98	3528		
	Pengeringan	100	0,98	98		
	Penggilingan	300	0,78	235,20		
	Sortasi	10	0,51	5,17		
	Pengemasan	100	0,51	51,74		
	Penimbangan	13,54	0,51	7,00		
	Bongkar muat	17,89	0,51	9,25		
	Penyimpanan	20	0,51	10,34		
	Transportasi	50	0,51	25,87		
	Total biaya	611,43	0,51	316,37		
	Harga jual beras	9200	0,51	476,44		
	Keuntungan			916,06		
<b>4</b>	<b>Pengecer luar daerah *Gresik</b>				212,46	4,27
	Harga beli beras	9200	0,51	476,44		
	Transportasi	150	0,50	76,11		
	Peyimpanan	10	0,50	5,07		
	Bongkar muat	21,43	0,50	10,87		
	Total biaya	181,43	0,50	92,06		
	Harga jual beras	9800	0,50	4979,91		
	Keuntungan			120,39		
	Total Marjin			1625,84		
	Total Biaya			465,66		

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 17 di atas, menunjukkan nilai marjin masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Nilai marjin tertinggi pada saluran pemasaran ini adalah pengepul lokal yaitu sebesar Rp. 1232,44 per kilogram, kemudian nilai marjin terendah adalah pada lembaga pemasaran penebas yaitu sebesar Rp. 180,93 per kilogram. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran ini adalah Rp.



465,66 per kilogram, dan total marjin adalah Rp. 1625,84 per kilogram. *Share* harga tertinggi pada saluran pemasaran III adalah petani yaitu sebesar 67,30 persen, kemudian *share* harga terendah adalah penebas yaitu sebesar 3,64 persen.

Pada ketiga saluran pemasaran yang terdapat pada saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, nilai marjin tertinggi adalah pada saluran pemasaran III yaitu sebesar Rp. 1625,84 per kilogram. Kemudian saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp. 1474,40 per kilogram, dan yang memiliki marjin terendah adalah saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 1448,86 per kilogram. Pada saluran pemasaran II biaya pemasaran yang dikeluarkan adalah paling tinggi yaitu Rp. 650,29 per kilogram, apabila dibandingkan biaya yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran I dan III yaitu masing-masing adalah Rp. 448,36 per kilogram dan Rp. 465,66 per kilogram. Dari ketiga saluran pemasaran tersebut, maka saluran pemasaran yang baik adalah saluran pemasaran II karena memiliki nilai marjin terendah dari ketiga saluran pemasaran yang ada, hal ini mengindikasikan panjangnya lembaga pemasaran yang terlibat belum tentu menjadi penyebab tingginya nilai marjin. Tetapi pada saluran pemasaran II memiliki biaya pemasaran tertinggi. Kemudian untuk *share* harga tertinggi dari ketiga saluran tersebut adalah pengepul, hal tersebut dikarenakan tingginya marjin pemasaran pada lembaga pemasaran ini.

Perbedaan nilai marjin pemasaran dari ketiga saluran pemasaran tersebut disebabkan karena perbedaan antara harga jual dan harga beli dari masing-masing lembaga pemasaran, selisih tersebut dikarenakan beberapa hal, seperti: biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran dan pertimbangan keuntungan dari lembaga pemasaran.

#### **5.3.4 Share Petani**

*Farmer share* merupakan perbandingan antara perbandingan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dan dinyatakan dalam bentuk persen. Berikut pada Tabel 18 dihalaman 71 perhitungan *Farmer share* yang diterima oleh petani padi varietas ciherang:

Tabel 18. Analisis *Farmer Share* pada Saluran Pemasaran Padi Varietas Ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban

No.	Saluran Pemasaran	Harga ditingkat petani	Harga ditingkat konsumen	<i>Farmer share</i> (%)
1.	Saluran Pemasaran I	3600	5074,40	70,94
2.	Saluran Pemasaran II	3447,93	4896,79	70,41
3.	Saluran pemasaran III	3347,07	4979,91	67,30

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 18 di atas, menunjukkan nilai *Farmer share* yang diterima oleh petani dalam menjual hasil produksinya. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *Farmer share* tertinggi adalah pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 70,94 persen, tetapi nilai *Farmer share* antara saluran pemasaran I dan II tidak terlalu jauh yaitu 70,77. Kemudian pada nilai *Farmer share* paling rendah terdapat pada saluran pemasaran III yaitu sebesar 67,30 persen. Maka dapat dikatakan bahwa pada saluran pemasaran I menguntungkan bagi petani karena *farmer share* yang diterima lebih tinggi dari saluran pemasaran lainnya.

Hasil perhitungan *farmer share* pada pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dapat dikatakan sudah efisien. Hal tersebut dapat dilihat dari *farmer share* petani yang tinggi atau lebih dari 40 persen. Downey dalam Winahyu (2015), menyatakan bahwa hasil pertanian dari bagian harga pemasaran yang diterima oleh petani produsen dikatakan efisien apabila harga jual petani produsen lebih besar dari 40 persen dari harga ditingkat konsumen.

Perhitungan yang dilakukan untuk mengetahui *share* pemasaran juga dilakukan perhitungan *share* keuntungan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran. Menurut Limbo dan Sitorus dalam Purba (2008), menyatakan bahwa ratio keuntungan atau *Share* Keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran merupakan besarnya keuntungan yang diterima atas biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran tersebut. Berikut adalah Tabel *Share* Keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban:



Tabel 19. Rincian *Share* Keuntungan yang Diterima Antar Lembaga yang Terlibat dalam Saluran Pemasaran Padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.

Saluran	Lembaga Pemasaran	Keuntungan (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Ratio keuntungan
I	Tengkulak	69,85	54,14	1,29
	Pengepul luar daerah	812,24	275,94	2,94
	Pengecer luar daerah	143,93	118,27	1,21
II	Penebas	37,44	42,63	0,87
	Tengkulak	44,37	79,62	0,55
	Pengepul lokal	688,57	507,02	1,04
	Pengecer lokal	115,32	21,02	5,48
III	Penebas	123,70	57,22	2,16
	Pengepul lokal	916,06	316,37	3,89
	Pengecer luar daerah	120,39	92,06	1,30

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 19 di atas, menunjukkan *share* keuntungan yang terjadi pada setiap lembaga pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Ratio keuntungan pada saluran pemasaran I yaitu: tengkulak sebesar 1,29; pengepul luar daerah (Lamongan) sebesar 2,94; dan pengecer luar daerah (Madura) sebesar 1,21. Pada saluran pemasaran II yaitu: penebas sebesar 0,87; tengkulak sebesar 0,55; pengepul lokal sebesar 1,04; dan pengecer lokal sebesar 5,48. Selanjutnya saluran pemasaran III yaitu: penebas sebesar 2,16; pengepul lokal sebesar 3,89; dan pengecer luar daerah (Gresik) sebesar 1,30.

Berdasarkan perbandingan antara ratio keuntungan dengan biaya pemasaran merupakan indikator untuk mengukur efisiensi pemasaran yang dilakukan (Sustiyana, 2013), maka pada ketiga saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, saluran pemasaran I dan III efisien dan saluran pemasaran II dapat dikatakan tidak efisien. ketidak efisien yang terjadi dikarena: perbandingan *share* atau ratio keuntungan dan biaya pemasaran dari masing-masing lembaga yang terlibat pada pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo tidak merata, selisih nilai ratio keuntungan yang sangat jauh antara masing-masing lembaga pemasaran. Tingginya nilai ratio keuntungan pada saluran pemasaran II yang diterima oleh pengecer lokal disebabkan karena rendahnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran tersebut.

### 5.3.5 Analisis Efisiensi Pemasaran

Analisis efisiensi pemasaran merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kemampuan dari saluran pemasaran dalam memasarkan padi di daerah penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis efisiensi pemasaran pada penelitian yang dilakukan di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban adalah Analisis *Shepherd's Indeks*, efisiensi harga dan efisiensi operasional. Berikut ini adalah penjelasan tentang hasil analisis efisiensi pemasaran yang dilakukan menggunakan beberapa pendekatan-pendekatan tersebut:

#### 1. Analisis Efisiensi Harga

Analisis efisiensi pemasaran dapat diketahui dengan melakukan pendekatan efisiensi harga. Perhitungan dengan pendekatan efisiensi harga adalah dengan memperhitungkan biaya transportasi, biaya *processing* dan biaya penyimpanan. Pengukuran efisiensi harga adalah dengan mengukur selisih harga dengan biaya transportasi, biaya *processing* dan biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran menggunakan pendekatan *The Law of One Price (LOP)*. *The Law of One Price (LOP)* merupakan perbedaan harga yang terjadi antara satu lokasi dengan lokasi lainnya hanya terletak pada biaya transportasi. Menurut Bressler (1978), menyatakan bahwa pada pasar persaingan sempurna, harga di pasar akan mencerminkan biaya produksi. Pemasaran yang efisien akan membentuk harga yang saling berkaitan dalam guna tempat dengan adanya biaya transportasi, biaya pengolahan dan biaya penyimpanan. Berikut ini penjelasan mengenai biaya transportasi, biaya *processing* dan biaya penyimpanan pada pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.

##### a. Biaya Transportasi

Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam melakukan distribusi gabah atau beras. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat pada pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban adalah sebagai berikut:



Tabel 20. Analisis Efisiensi Harga Menurut Fungsi Transportasi pada Lembaga Pemasaran Padi di Desa Ngadirejo.

Saluran	Lembaga pemasaran	Produk	Harga beli (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Selisih harga (Rp)	Rata-rata biaya transportasi (Rp/kg)
I	Tengkulak Pengecer luar daerah (Madura)	Gabah	3600	3656,49	56,49	25,87
		Beras	4812,19	4925,39	113,19	101,48
II	Tengkulak Pengecer lokal	Gabah	3528	3067,62	79,62	49
		Beras	4760,44	4786,84	26,39	15,52
III	Penebas Pengecer luar daerah (Gresik)	Gabah	3347,07	3402,72	55,65	25,87
		Beras	4760,44	4847,43	86,99	76,11

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 20 di atas, menunjukkan biaya transportasi yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban baik dalam bentuk gabah atau beras. Terdapat beberapa lembaga yang tidak melakukan fungsi transportasi, hal ini dikarenakan fungsi transportasi dilakukan oleh lembaga pemasaran lainnya. Seperti pada saluran pemasaran I tengkulak tidak melakukan fungsi transportasi, karena fungsi transportasi dilakukan oleh pengepul lokal. Kemudian pada saluran pemasaran II, penebas dan pengecer tidak melakukan fungsi transportasi, karena fungsi transportasi dilakukan oleh tengkulak dan pengepul. Selanjutnya pada saluran pemasaran II penebas tidak melakukan fungsi transportasi, karena fungsi transportasi dilakukan oleh pengepul.

Hasil perhitungan yang dilakukan berdasarkan selisih harga antara lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dengan biaya transportasi yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, menunjukkan bahwa selisih harga yang terjadi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan biaya transportasi yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Maka ketiga saluran pemasaran mencapai efisiensi harga menurut fungsi transportasi.

### b. Fungsi *Processing*

Biaya *processing* adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam melakukan *processing* atau melakukan konversi gabah atau beras. Biaya *processing* yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat pada pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dapat dilihat pada Tabel 21 berikut:

Tabel 21. Analisis Efisiensi Harga Menurut Biaya *Processing* pada Lembaga Pemasaran Padi di Desa Ngadirejo.

Saluran	Lembaga pemasaran	Produk	Harga beli (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Selisih harga (Rp)	Rata-rata biaya <i>processing</i> (Rp/kg)
I	Tengkulak Pengepul luar daerah (Lamongan)	Gabah	3600	3654,14	54,14	35,77
		Beras	3724	4089,71	365,71	321,78
II	Penebas Pengepul lokal	Gabah	3447,93	3490,56	42,63	30,38
		Beras	3724	4231,02	507,02	464,44
III	Penebas Pengepul lokal	Gabah	3347,07	3404,87	57,22	27,44
		Beras	3564	3970,60	442,60	390,11

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 21 di atas, menunjukkan biaya *Processing* yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban baik dalam bentuk gabah atau beras. Sebagian besar lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran melakukan *Processing*, dari ketiga saluran pemasaran tersebut hanya pengecer yang tidak melakukan fungsi *Processing* dan tengkulak pada saluran pemasaran II. Lembaga pemasaran lain yang terlibat pada pemasaran padi melakukan *Processing*. Fungsi *Processing* meliputi: pengemasan, pengeringan, penggilingan dan sortasi.

Hasil perhitungan yang dilakukan berdasarkan selisih harga antara lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban dengan biaya *Processing* yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, menunjukkan bahwa selisih harga yang terjadi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan biaya penyimpanan yang



dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Maka ketiga saluran pemasaran mencapai efisiensi harga menurut fungsi *Processing*.

### c. Fungsi Penyimpanan

Biaya Penyimpanan adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam melakukan penyimpanan gabah atau beras. Biaya Penyimpanan yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat pada pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo adalah sebagai berikut:

Tabel 22. Analisis Efisiensi Harga Menurut Biaya Penyimpanan pada Lembaga Pemasaran Padi di Desa Ngadirejo.

Saluran	Lembaga pemasaran	Produk	Harga beli (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Selisih harga (Rp)	Rata-rata biaya Penyimpanan (Rp/kg)
I	Pengepul luar daerah (Lamongan)	Gabah	3762	4089,71	365,71	10,34
	Pengecer luar daerah (Madura)	Beras	4812,19	4930,46	118,27	5,07
II	Pengepul lokal	Gabah	3724	4231,02	507,02	10,34
	Pengecer lokal	Beras	4760,44	4781,47	21,02	5,07
III	Pengepul lokal	Gabah	3528	3970,60	442,60	10,34
	Pengecer luar daerah (Gresik)	Beras	4760,44	4852,51	92,06	5,07

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 22 di atas, menunjukkan biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Sebagian besar lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tidak melakukan fungsi penyimpanan, dari ketiga saluran pemasaran tersebut hanya pengepul dan pengecer yang melakukan fungsi penyimpanan. Lembaga pemasaran lain tidak melakukan penyimpanan apapun, baik dalam bentuk gabah ataupun beras. Biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh pengepul adalah biaya penyimpanan gabah.

Hasil perhitungan yang dilakukan berdasarkan selisih harga antara lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dengan biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, menunjukkan bahwa selisih harga yang terjadi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan biaya penyimpanan yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Maka ketiga saluran pemasaran mencapai efisiensi harga menurut fungsi penyimpanan.

## 2. Analisis Efisiensi Operasional

Pengukuran efisiensi pemasaran juga dapat dilakukan dengan mengukur efisiensi operasional. Pengukuran efisiensi operasional dapat dilakukan menggunakan *load factor efficiency*. *Load factor efficiency* digunakan untuk mengetahui seberapa optimal lembaga pemasaran dalam menggunakan fasilitas yang ada, fasilitas yang dimaksud adalah alat transportasi. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, apabila menggunakan fasilitas transportasi untuk mengangkut padi atau beras mencapai 100 persen (*full capacity*) dengan perbandingan kapasitas normal kendaraan, maka lembaga pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien. Sebaliknya, apabila lembaga pemasaran kurang atau lebih dari kapasitas normal kendaraan dalam menggunakan fasilitas transportasi untuk mengangkut padi atau beras maka dapat dikatakan tidak efisien. Berikut pada Tabel 23 di halaman 78, merupakan analisis efisiensi operasional menurut fungsi transportasi pada lembaga pemasaran padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.



Tabel 23. Efisiensi Operasional Menurut Fungsi Transportasi pada Pemasaran Padi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban.

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Alat Transportasi	Kapasitas normal kendaraan (kg)	Rata-rata angkut (Kg)	Persentase %
I	Tengkulak	-	-	-	-
	Pengepul luar daerah	Truk ban dobel	6000	8000	133,33
	Pengecer luar daerah	Truk ban dobel	6000	6500	108,33
II	Penebas	-	-	-	-
	Tengkulak	Truk ban dobel	6000	8000	133,33
	Pengepul lokal	Pick up L300	2500	2500	100
	Pengecer lokal	-	-	-	-
III	Penebas	-	-	-	-
	Pengepul lokal	a. Truk ban dobel b. Pick up L300	6000 2500	9700 2700	161,67 108
	Pengecer luar daerah	Truk ban dobel	6000	7000	116,67

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 23 di atas, menunjukkan bahwa lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pemasaran yaitu transportasi. Fungsi transportasi dilakukan untuk mendistribusikan gabah ataupun beras dari lembaga satu ke lembaga lainnya. Pada saluran pemasaran I yang terdiri dari lembaga pemasaran seperti: tengkulak-pengepul luar daerah (Lamongan)-pengecer luar daerah (Madura), menggunakan fasilitas transportasi truk ban dobel pada pendistribusian gabah atau beras. Pada proses distribusi gabah atau beras hanya dilakukan oleh pedagang pengepul dan pengecer, sedangkan tengkulak tidak melakukan kegiatan pendistribusian. Pedagang pengepul dalam mengambil gabah dari tengkulak menggunakan fasilitas transportasi truk ban dobel dengan kapasitas angkut normal adalah 6000 kilogram, namun pada pelaksanaan pengangkutan digunakan untuk mengangkut 8000 kilogram. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan fungsi transportasi yang dilakukan oleh pengepul tidak efisien karena kapasitas

angkut melebihi kapasitas normal dari truk tersebut (*over load*), dengan nilai efisiensi 133,33 persen. Kemudian pada pengecer Madura yang mengambil beras dari pengepul Lamongan juga menggunakan truk ban dobel dengan kapasitas angkut normal 6000 kilogram, namun pada pengangkutan yang dilakukan diisi dengan kapasitas 6500 kilogram. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan fasilitas transportasi melebihi kapasitas normal (*over load*), tetapi kelebihan muatan sekitar 8,33 persen masih memungkinkan untuk diangkut oleh truk ban dobel. Meskipun demikian namun secara efisiensi operasional, penggunaan fasilitas transportasi yang melebihi kapasitas (*over load*), maka dapat dikatakan tidak efisien.

Pada saluran pemasaran II terdiri dari penebas, tengkulak, pedagang pengepul lokal dan pedagang pengecer lokal. Pada kegiatan pendistribusian dalam saluran pemasaran ini hanya dilakukan oleh tengkulak dan pengepul lokal, sedangkan penebas dan pengecer lokal tidak melakukan fungsi transportasi. Tengkulak dalam mendistribusikan gabah kepada pengepul menggunakan alat transportasi truk ban dobel dengan kapasitas angkut normal sekitar 6000 kilogram, namun pada pelaksanaan angkut yaitu digunakan untuk mengangkut sekitar 8000 kilogram. Kondisi tersebut tentunya melebihi kapasitas angkut dari alat transportasi (*over load*) sekitar 133,33 persen, apabila ditinjau dari efisiensi operasional menggunakan *load factor efficiency*, maka penggunaan alat transportasi tersebut tidak efisien. Selanjutnya pengepul lokal dalam mendistribusikan beras kepada pengecer menggunakan alat transportasi *Pick up* L300 dengan kapasitas angkut normal sekitar 2500 kilogram. Pada pelaksanaan pendistribusian yang dilakukan oleh pengepul mengangkut sekitar 2500 kilogram beras sehingga sesuai dengan kapasitas normal dari kendaraan 100 persen. Apabila ditinjau berdasarkan efisiensi operasional menggunakan *load factor efficiency*, maka penggunaan fasilitas yang dilakuka oleh pengecer sudah efisien dimana kapasitas angkut normal sesuai dengan kapasitas angkut pengecer.

Pada saluran pemasaran III , lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran III adalah penebas, pengepul lokal dan pengecer luar daerah (Gresik). Pada proses pendistribusian yang dilakukan pada saluran pemasaran III hanya dilakukan oleh pengepul dan pengecer Gresik, sedangkan



tengkulak tidak melakukan kegiatan transportasi atau pendistribusian. Pengepul dalam penggunaan alat transportasi untuk mengambil gabah dari penebas menggunakan truk ban dobel dan *Pick up* L300, dengan kapasitas angkut normal masing-masing 6000 kilogram dan 2500 kilogram. Pada pelaksanaannya pengangkutan yang dilakukan oleh pengepul mengangkut muatan pada alat transportasi truk ban dobel dan *Pick up* L300 masing-masing adalah 9000 kilogram dan 2700 kilogram. Pada alat transportasi truk ban dobel terjadi kelebihan kapasitas (*over load*) sebesar 50 persen, sedangkan pada alat transportasi *Pick up* L300 kelebihan kapasitas (*over load*) sebesar 8 persen. Apabila ditinjau berdasarkan efisiensi operasional menggunakan *load factor efficiency*, maka penggunaan fungsi transportasi yang dilakukan oleh pengepul tidak efisien. Lembaga pemasaran selanjutnya yang terlibat dalam saluran pemasaran III adalah pengecer. Pengecer menggunakan alat transportasi truk ban dobel dalam kegiatan pemasaran beras, atau pengambil beras dari pengepul. Kapasitas angkut normal dari alat transportasi yang digunakan oleh pengecer sekitar 6000 kilogram, namun pada pelaksanaan transportasi digunakan untuk mengangkut sekitar 7000 kilogram beras. Kondisi tersebut apabila ditinjau berdasarkan efisiensi operasional menggunakan *load factor efficiency*, maka penggunaan fungsi transportasi yang dilakukan oleh pengecer tidak efisien.

### 3. Analisis *Shepherd's Indeks*

Analisis *Shepherd's Indeks* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran yang terjadi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban. Menurut Shepherd dalam Soekartawi (1993), menyatakan bahwa “efisiensi pemasaran merupakan nisbah antara total biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan”. Hasil analisis pemasaran padi di Desa Ngadirejo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban menggunakan pendekatan metode Analisis *Shepherd's Indeks*, dapat dilihat pada Tabel 20 di halaman 81.

Tabel 24. Analisis Efisiensi Pemasaran dengan Perbandingan Biaya dengan Harga Jual Gabah atau Beras.

No	Saluran Pemasaran	Jumlah biaya pemasaran (I) (Rp/kg)	Nilai produk (V) (Rp/kg)	Indeks Efisiensi $ME=(V/I)-1$
1.	Saluran pemasaran I	448,36	5074,40	10,31
2.	Saluran pemasaran II	650,29	4871,42	6,53
3.	Saluran pemasaran III	465,66	4979,91	9,67

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 24 di atas, menunjukkan nilai atau indeks efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban Pada ketiga saluran pemasaran memiliki nilai atau indeks efisiensi pemasaran yang berbeda-beda. Saluran pemasaran yang memiliki nilai efisiensi pemasaran tertinggi adalah pada saluran pemasaran I yaitu 10,31; kemudian saluran pemasaran II dengan nilai efisiensi pemasaran 6,53; selanjutnya adalah saluran pemasaran III dengan nilai pemasaran 9,67. Dari ketiga saluran pemasaran padi yang ada di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban yang paling efisien adalah saluran pemasaran I, sesuai dengan metode *Shepherd's Indeks* yang digunakan dalam Chongela *et al.* (2013), Thamizhselvan *et al.* (2012) dan Mogaji *et al.* (2013) “Semakin tinggi rasio atau indeks efisiensi, berarti semakin tinggi efisiensi pemasaran dan sebaliknya”.

Perbedaan nilai efisiensi pemasaran yang terdapat pada saluran pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: a). Perbedaan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran; b). harga jual dan harga beli dari masing-masing lembaga pemasaran yang berbeda. Perbedaan pada fungsi pemasaran yang dilakukan dapat dilihat dari total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran. Pada saluran pemasaran III, total biaya pemasaran yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 465,66 per kilogram. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran III lebih tinggi dibandingkan dengan lembaga pemasaran lainnya. Kemudian pada saluran pemasaran II, total biaya pemasaran yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 650,29 per kilogram. Selanjutnya adalah saluran pemasaran I dengan total biaya pemasaran adalah Rp. 448,36 per kilogram.



Penyebab terjadi perbedaan nilai efisiensi pemasaran berikutnya adalah perbedaan harga jual. Harga jual beras tertinggi adalah pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp. 5074,40 per kilogram, selanjutnya saluran pemasaran III yaitu sebesar Rp. 4979,91 per kilogram dan yang terakhir adalah saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 4871,42 per kilogram. Perbedaan harga yang terjadi pada saluran pemasaran dipengaruhi oleh kualitas dari beras yang dijual dan pengemasan yang dilakukan. Semakin bagus kualitas dari beras yang dikemas dengan baik maka harga jual dari beras tersebut tinggi begitu juga sebaliknya.

Pada pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban rata-rata responden yang memilih saluran pemasaran I adalah responden yang memiliki luas lahan lebih dari 1 ha dan responden yang menempuh pendidikan SD, SMP dan SMA. Hal tersebut terjadi dikarenakan petani yang memiliki luasan lahan lebih dari 1 ha dan menempuh pendidikan tersebut lebih berani menanggung biaya pemasaran. Kemudian pada responden yang memilih saluran pemasaran II dan III didominasi oleh responden yang memiliki luas lahan di bawah 1 ha, dan responden yang menempuh pendidikan SD. Responden yang memiliki luasan lahan dibawah 1 ha tidak mau mengeluarkan biaya pemasaran dan memilih langsung menjual secara tebasan.



## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada pemasaran padi varietas ciherang di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban terdapat tiga saluran pemasaran, yaitu: saluran I: petani-tengkulak-pengepul luar daerah (Lamongan)-pengecer luar daerah (Madura)-konsumen, saluran II: petani-penebas-tengkulak-pengepul lokal-pengecer lokal-konsumen, dan saluran III: petani-penebas-pengepul lokal-pengecer luar daerah (Gresik)-konsumen.
2. Biaya pemasaran padi meliputi: pengeringan, penggilingan, sortasi, pengemasan, penimbangan, bongkar muat, transportasi, penyimpanan dan retribusi. Biaya pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu Rp. 448,36 per kilogram, pada saluran pemasaran II yaitu Rp. 650,29 per kilogram, dan pada saluran III yaitu 465,66 per kilogram. Marjin pemasaran pada saluran I yaitu Rp. 1474,40 per kilogram, pada saluran II yaitu Rp. 1448,86 per kilogram, dan pada saluran III yaitu Rp. 1625,84 per kilogram. *Share* petani pada saluran pemasaran I yaitu 70,94 persen, pada saluran pemasaran II yaitu 70,77 persen, dan pada saluran pemasaran III yaitu 67,30 persen.
3. Analisis efisiensi harga ada tiga pendekatan yang digunakan seperti: pendekatan biaya transportasi, biaya *processing* dan biaya penyimpanan. Dari ketiga pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui efisiensi harga yang dilakukan, menunjukkan bahwa ketiga saluran pemasaran dalam melakukan fungsi transportasi, *processing* dan penyimpanan dapat dikatakan efisien. analisis efisiensi operasional menggunakan pendekatan *load factor efficiency*, dari ketiga saluran pemasaran dapat dikatakan tidak efisien dalam menggunakan fasilitas transportasi. efisiensi terjadi hanya pada saluran pemasaran II yaitu pada lembaga pemasaran pengepul yang melakukan pengiriman sesuai dengan kapasitas transportasi, dengan nilai *load factor efficiency* 100 persen. Kemudian pada analisis *Shepherd's Indek* dari ketiga saluran pemasaran, yang memiliki nilai efisiensi tertinggi adalah pada saluran pemasaran I yaitu 10,31; saluran II yaitu 6,53; dan saluran III yaitu 9,67.



## 6. 2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Ngadirejo, Kecamatan Widang, Kabupaten Tuban, menunjukkan bahwa saluran pemasaran I yang paling efisien dibandingkan saluran pemasaran lainnya, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah desa dan kelompok tani/Gapoktan harus berperan aktif dalam pemasaran padi. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan petani dalam mendapatkan informasi harga ataupun teknologi serta peran dari pemerintah /kelompok tani juga dapat menstabilkan harga jual padi/gabah yang diterima oleh petani.
2. Pada analisis efisiensi operasional sebagian besar lembaga pemasaran dalam penggunaan fasilitas transportasi melebihi kapasitas normal. Kondisi tersebut seharusnya tidak dilakukan karena dapat menyebabkan kerusakan pada fasilitas transportasi yang digunakan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abbott, J. C. 1984. *Marketing improvement in the developing world: what happens and what we have learned*. Food and Agriculture Organization of The United Nations Rome, © FAO.
- Anindita, Ratya. 2004. Pemasaran hasil pertanian. Penerbit Papyrus: Surabaya.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2008. Teknologi Budidaya Padi (online). Tersedia di <http://203.176.181.70/bppi/lengkap/bp2tp08padi.pdf>. diakses Februari 2015.
- BPS.2013. Nilai Tukar Petani (online), Badan Pusat Statistik nasional, tersedia di [http://bps.go.id/ntp\\_sub.php?kat=2&id\\_subyek=22&notab=3](http://bps.go.id/ntp_sub.php?kat=2&id_subyek=22&notab=3). diakses 28 Desember 2014.
- BPS. 2014. Rata-rata Harga Gabah Ditingkat Petani (online). Badan Pusat Statistik nasional, tersedia di [http://www.bps.go.id/tab\\_sub/view.php?Tabel=1&daftar=1&id\\_subyek=36&notab=5](http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?Tabel=1&daftar=1&id_subyek=36&notab=5). Diakses 28 Desember 2014.
- Bressler, R.G and King. R.A. 1978. *Efficiency in marketing*. Scott H Irwin University of Illinois.
- Chongela, J., V. Nandala dan S. Korabandi. 2013. *Marketing efficiency of agri-food along the agri-food supply chain in Tanzania. Internasional Researcher. Vol 2 (1) : 125-132*
- Crawford, I. M. 1997. *Agricultural And Food Marketing Management*. Food and Agriculture Organization of The United Nations Rome, © FAO.
- Dastagiri, M. B, R. Chand, T. K. Immauelraj, C.V. Hanumanthaiah, P. Paramsivam, R. S Sidhu, M. Sudha, S. Mandal, B. Singh, K. Chand dan B. G Kumar. 2013. *Indian vegetables :Production Trends, Marketing Efficiency and Export Competitiveness. American Journal of Agriculture and Forest. Vol 1(1):1-11*
- Indah, Tauriza. 2011. Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung (*Zea mays*) studi kasus di Desa Segunung, Kecamatan Dlanggu, Kabupaten Mojokerto. Skripsi Universitas Brawijaya: Malang.
- Kaur, P. J. 2013. *Determinants of Marketing Efficiency among Small-Holder Cocoa Marketers in Oyo State, Nigeria. Internasional Journal of Scientific Research Vol 2 (2): 5-8*
- Karnisius. 1990. Budidaya Tanaman Padi. Karnisius: Jogjakarta



- Kementan. 2013. Buletin PDB (Pendapatan Domestik Bruto) Sektor Pertanian. Vol12 (2): 1-7
- Koestiono, D., A. Agil. 2010. Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Manis. Agrise. Vol 5 (1): 26-38
- Lamb, C. W., J. F Hair dan C. McDaniel. 2001. Pemasaran Buku edisi 2. Salemba empat: Jakarta
- Manullang, M. 1975. Pengantar Ekonomi Perusahaan. Ghalia Indonesia: Medan.
- Mears, L. A. 1982. Era Baru Pemberasan Indonesia. Gajah Mada University Press: Yogyakarta.
- Mogaji, T. S., Olufemi A. D., dan Fapetu O. P. 2013. *Marketing performance and efficiency of evaporative-preservation cooling system for fresh tomato marketing in Ondo State, Nigeria*. African Journal of Agricultural Research Vol. 8(5), pp. 468-474,15.
- Mukhtar dan Kaharuddin. 2012. Analisis perbandingan produksi dan pendapatan petani padi pengguna paket teknologi pupuk berimbang dan pupuk tidak berimbang di kabupaten takalar. Jurnal agrisistem. Vol. 8 no. 1
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian Edisi III. Lp3es: Jakarta
- Nurhayati. 2008. Studi Perbandingan Metode Sampling Antara Simple Random Dengan Stratified Random. Jurnal Basis Data, ICT Research Center UNAS. Vol 3 (1): 18-32.
- Oguntade, A. E., and Mafimisebi, T. E. 2010. *Pricing And Operational Efficiencies In The Livestock Feed Market In Ondo State, Nigeria*. Revista De Economia E Agronegócio, Vol.8.
- Pailis, E. Armas, Darmayuda dan Aqualdo, N..2010. Analisa Peranan Retribusi Izin Gangguan (Hinder Ordonatie/ho) Sebagai Keungan Pemerintah Kota Pekanbaru. Jurnal Ekonomi. Vol. 18 No.2
- Purba, P.,Andry. 2008. analisis pendapatan usaha tani dan saluran pemasaran pepaya california(kasus: desa cimande dan desa lemahduhur, kecamatan caringin, kabupaten bogor jawa barat. Institute Pertanian Bogor: Bogor
- Purwoto, J., S. Sugyaningsih dan A. Priambudi. 2013. Analisis Tataniaga Beras Di Kecamatan Ronggojampi Kabupaten Banyuwangi. Jurnal NeO-Bis Vol 7 (2)
- Putri, Nanda. P. P. Analisis Efisiensi Pemasaran Beras di Desa Mojoyayu, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun. Skripsi. Universitas Brawijaya: Malang.

- Saladin, Djaslim. 2004. Manajemen Pemasaran. Linda Karya: Bandung.
- Sastraatmadja, Entang. 2010. Suara Petani. Masyarakat Geografi Indonesia: Bandung
- Soekartawi. 1993. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasinya edisi revisi. Rajawali pers. Jakarta
- Soetiarso,T. Agoes. 1998 Pemasaran bawang merah dan cabai. Balai Penelitian Tanaman Sayuran: Bandung
- Suprihatno, B. A. A. Darajat, Santoto, Baehaki,I. N. Widiarta, A. Setyono, S.D .Indrasari, O. S. Lesmana. dan H. Sembiring. 2009. Deskripsi Varietas Padi. Balai Besar Penelitian Tanaman Padi. Subang.
- Sustiyana .2013.Analisis Supply Chain Dan Efisiensi Pemasaran Gula Siwalan (Studi Kasus Di Kecamatan Dungkek, Kab Sumenep). Tesis. Universitas Brawijaya: Malang
- Swastha, B. 1981. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogjakarta
- Tione, S. E. 2011. Analysis of Effectiveness of Modern Information and Communication Technologies on Maize Marketing Efficiency in Lilongwe and Dedza Districts and Selected Markets of Malawi. Thesis University of Malawi.
- Thamizhselvan, K. dan, Murugan, S.P. 2012. *Marketing Of Grapes In Theni District*. IJMT. Volume 2, Issue 9.
- Weir, Sharada. 1999. The Effects of Education on Farmer Productivity in Rural Ethiopia. Centre for the Study of African Economies Department of Economics, University of Oxford: United Kingdom
- Winahyu, A. Kusumo.2015 Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi (Studi Kasus di Desa Sumbertangkil, Kec Tirtoyudi Kab Malang. Skripsi. Universitas Brawijaya: Malang