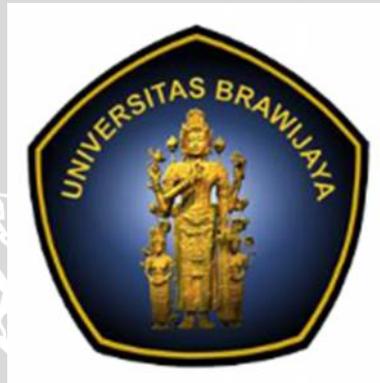


**ANALISIS DISTRIBUSI KOMODITAS BERAS DI  
KOTA PROBOLINGGO**  
*(studi kasus di kelurahan Wonoasih kabupaten Probolinggo  
Jawa Timur)*

**SKRIPSI**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**



**Oleh**

**Adam Azwardy**

**105040101111080**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
MINAT KOMUNIKASI DAN PENYULUHAN MASYARAKAT  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2016**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya sehingga mampu menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Analisis Distribusi Komoditas Beras Di Kabupaten Probolinggo (studi kasus di desa Wonoasih )” dengan baik. Banyak hambatan dan kesulitan yang penulis dapatkan selama menyelesaikan penelitian ini. Skripsi ini diajukan sebagai tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi program Strata Satu (S-1) di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

Penulis sadar bahwa selama penyusunan skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, hal ini merupakan kelemahan penulis. Oleh karena itu penulis menyampaikan banyak kata terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Sugiyanto. MS. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dengan sangat sabar dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Setiyo Yuli Handono, SP, MP. MBA selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak Mangku Purnomo SP. MP. PhD, selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian.
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terhadap menyusun skripsi ini. Sehingga diharapkan adanya perbaikan pada penyusun skripsi selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang memerlukannya.

Malang, Desember 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
RINGKASAN .....	ii
SUMMARY .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Maksud dan Tujuan .....	6
1.4. Sasaran Penelitian .....	6
1.5. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Tinjauan Tentang Beras .....	13
2.3 Distribusi, Harga dan Cadangan Pangan .....	17
2.4 Pengembangan Sistem Distribusi Komoditi Beras .....	20
2.5 Saluran Distribusi Komoditi Beras (Marketing Channels) .....	22
2.6 Strategi Saluran Distribusi Pemasaran .....	23
2.7 Peran Saluran Distribusi .....	25
2.8 Konflik Kerjasama dan Persaingan .....	28
<b>BAB III KERANGKA TEORITIS</b> .....	<b>30</b>
3.1 Kerangka Pemikiran .....	30
3.2 Batasan Masalah .....	37
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
<b>BAB IV METODOLOGI</b> .....	<b>47</b>
4.1 Jenis Penelitian dan Metode Penentuan Lokasi .....	47

4.2 Metode Penentuan Responden .....	47
4.3 Metode Pengumpulan Data .....	47
4.4 Metode Analisis Data .....	48
<b>BAB V GAMBARAN UMUM DAERAH.....</b>	<b>54</b>
5.1 Letak Geografis dan Batas Administrasi .....	54
5.2 Aspek Fisik Dasar .....	58
5.3 Aspek Pemanfaatan Dan Penggunaan Lahan.....	61
5.4 Pemerintahan .....	61
5.5 Penduduk dan Tenaga Kerja .....	62
5.6 Sosial .....	63
5.7 Pertanian .....	65
<b>BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
6.1 Identifikasi Responden .....	66
6.2 Pola Distribusi untuk Komoditas Beras .....	78
6.3 Nilai Rantai Distribusi Komoditas Beras.....	81
6.4 Pola Distribusi Harga Dan Stabilitas Harga Komoditi Beras .....	89
6.5 Analisis SWOT untuk setiap Komoditi Bahan Pangan Pokok .....	91
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>99</b>
7.1 Kesimpulan .....	99
7.2 Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Analisis Distribusi Beras di Kota Probolinggo ..... 36



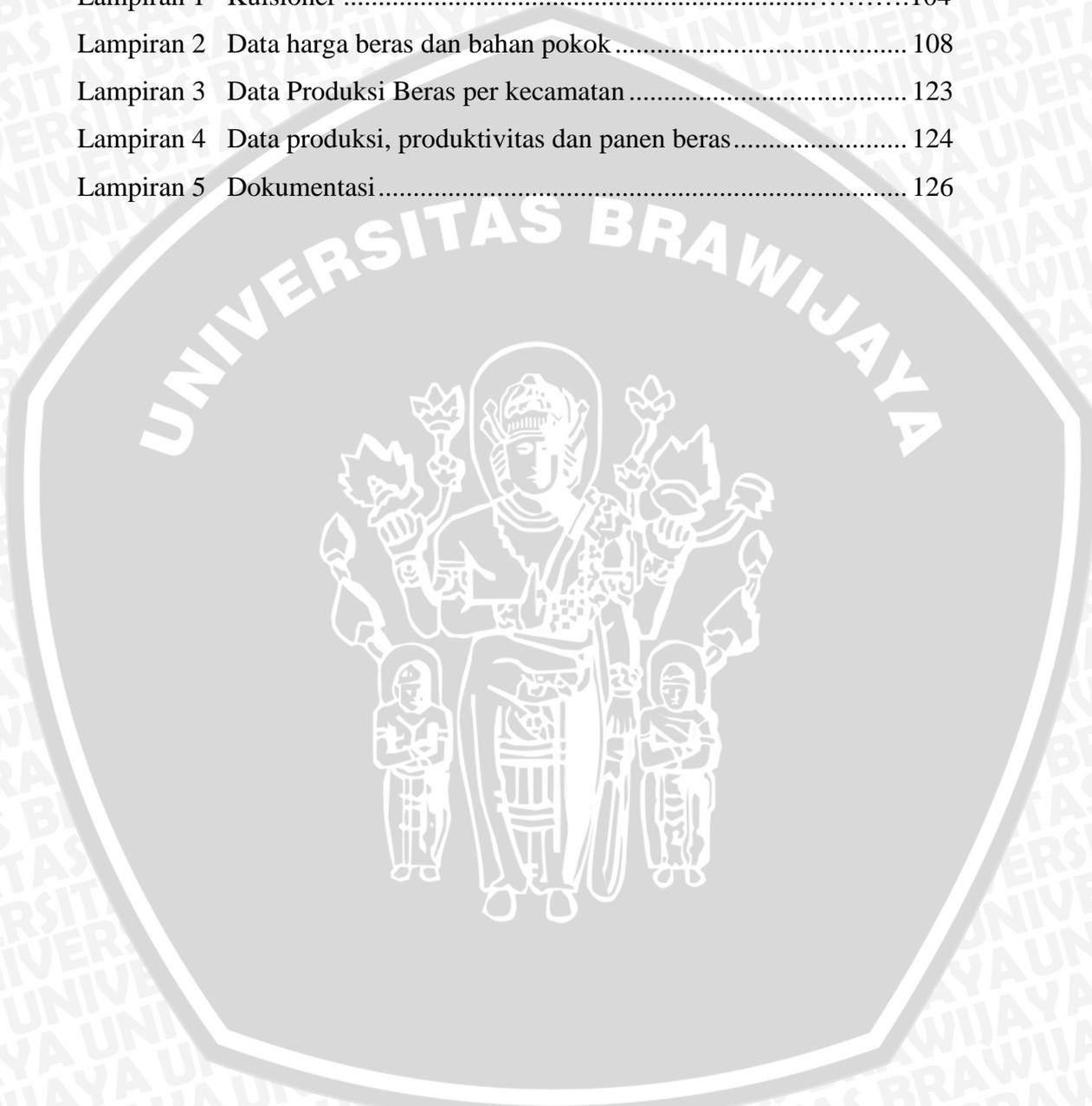
**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Tabel 1..... 47



**DAFTAR LAMPIRAN**

Nomor	Teks	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner .....	104
Lampiran 2	Data harga beras dan bahan pokok .....	108
Lampiran 3	Data Produksi Beras per kecamatan .....	123
Lampiran 4	Data produksi, produktivitas dan panen beras .....	124
Lampiran 5	Dokumentasi .....	126



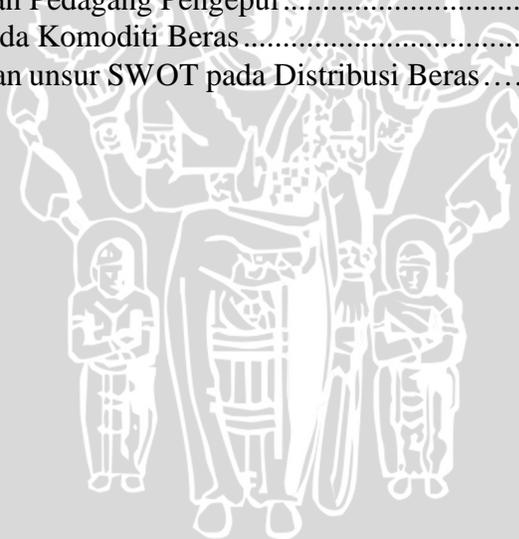
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Pemikiran Analisis Distribusi Beras di Kota Probolinggo.....	36
Gambar 4.1	Luas Wilayah Menurut Kecamatan km2 2014.....	55
Gambar 4.2	Jumlah Curah Hujan di Stasiun Hujan Probolinggo 2015.....	60
Gambar 6.1	Pola Distribusi Komoditas Gabah/Beras di Kota Probolinggo .....	77
Gambar 6.2	Margin Pemasaran Tata Niaga Beras Pada Setiap Pelaku Distribusi di Kota Probolinggo.....	82
Gambar 6.3	Sebaran Harga Pada Komoditi Beras .....	90



## DAFTAR TABEL

<b>No.</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Definisi Operasional .....	37
2.	Range Indikator Analisis Akses Pangan .....	51
3.	Analisis SWOT .....	52
4.	Nama-nama Kecamatan/Kelurahan, Luas Lahan dan Jumlah RW dan RT di Kota Probolinggo .....	55
5.	Karakteristik Produsen Petani Padi di Kota Probolinggo .....	67
6.	Karakteristik Pedagang Tengkulak di Kota Probolinggo .....	69
7.	Karakteristik Penggilingan Padi di Kota Probolinggo .....	71
8.	Karakteristik Pedagang Pengepul di Kota Probolinggo .....	72
9.	Karakteristik Pedagang Pengecer di Kota Probolinggo .....	73
10.	Analisis Margin Pemasaran Komoditas Beras .....	75
11.	Analisis Margin Pemasaran Komoditi Gabah Pada Berbagai Rantai Pemasaran .....	85
12.	Distribusi Hasil Panen yang Dijual Petani .....	86
13.	Distribusi Hasil Pembelian Responden Pedagang Tengkulak .....	87
14.	Distribusi Hasil Pembelian Gabah Oleh Pihak Penggiling Padi .....	88
15.	Distribusi Hasil Pembelian Pedagang Pengepul .....	88
16.	Tabel Analisis SWOT pada Komoditi Beras .....	94
17.	Tabel Tingkat kepentingan unsur SWOT pada Distribusi Beras .....	98



## RINGKASAN

**Adam Azwardy. 105040101111080.** Analisis Distribusi Komoditas Beras Di Kota Probolinggo (studi kasus di desa Wonoasih, Kecamatan Wonoasih, Kabupaten Probolinggo). Dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Sugiyanto, Ms. Dan Setyo Yuli Handono,. Sp. Mp. MBA.

---

Pembangunan Ketahanan Pangan Nasional diselenggarakan dalam rangka mengatasi kekurangan pangan dalam jumlah dan mutu. Ketahanan pangan nasional salah satunya dicirikan dengan adanya ketersediaan pangan yang cukup secara makro, namun pada faktanya masih ditemui beberapa daerah yang masyarakatnya tidak mampu mengakses pangan yang cukup. Dalam hal ini, kota Probolinggo merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki permasalahan terhadap ketahanan pangan terutama ketidakseimbangan antara panen yang dihasilkan dengan konsumsi penduduk.

Tujuan dari penelitian ini yaitu, 1) Mengidentifikasi pemenuhan komoditi beras yang terjadi di kota probolinggo; 2) Mendeskripsikan pola distribusi komoditi beras yang berlangsung di kota Probolinggo; 3) Menganalisis tingkat stabilitas harga komoditi beras di kota Probolinggo; 4) Menentukan strategi yang paling efektif untuk komoditi beras di kota Probolinggo. Metode yang digunakan untuk menganalisis distribusi beras adalah analisis deskriptif, analisis margin, analisis SWOT dan analisis persepsi masyarakat. Data yang diperoleh berupa data primer yang bersumber dari observasi dan wawancara langsung dengan daftar pertanyaan serta data sekunder yang bersumber dari beberapa literatur dan instansi terkait dalam penelitian ini.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kota Probolinggo memiliki tiga pola distribusi dan dari distribusi nilai rantai diketahui bahwa petani rata-rata mendistribusikan hasil pertaniannya kepada pedagang tengkulak sebesar 88% dan 12% kepada penggiling. Pengeluaran yang paling tinggi adalah pada pihak penggilingan padi karena penggilingan padi mendapatkan perlakuan penting meliputi gabah kering (GKG). Tingkat aksesibilitas komoditi beras di kota Probolinggo tergolong tinggi, karena letak geografisnya yang strategis, sering dilewati oleh kendaraan dan infrastruktur yang memadai, sehingga mempermudah masyarakat dalam mengakses beras. Berdasarkan pendekatan SWOT, startegi yang paling efektif untuk efisiensi distribusi beras di kota Probolinggo adalah dengan mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, mempertahankan harga jual produk di pasar, mempertahankan komitmen terhadap mutu produk, meningkatkan kinerja bagian pemasaran dan mengoptimalkan kapasitas produksi.

## SUMMARY

**Adam Azwardy. 105040101111080.** Analyzed Distribution Of Rice Commodity In Probolinggo City (study case in Wonoasih village, district Probolinggo). Under guidance of Prof. Dr. Ir. Sugiyanto, Ms. And Setyo Yuli Handono,. Sp. Mp. MBA.

---

The development of National Food Security is held in order to overcome the lack of food in both quantity and quality. One of the traits of National Food Security is there is an adequate availability of food considerably, yet in fact there are several areas where the people are unable to obtain sufficient amount of food. In this case, Probolinggo is one of a city at East Java that has an issue regarding food security, particularly in case of imparity among the harvest and the consumption of the citizens.

The objectives of this research are, 1) to identify the fulfillment of rice in Probolinggo city; 2) to describe the pattern of the distribution of rice in Probolinggo city; 3) to analyze the level of the stability of rice in Probolinggo city; 4) to determine the most effective strategy for the rice in Probolinggo city. The methods that used to analyze the distribution of rice are descriptive analysis, margin analysis, SWOT analysis and public perception analysis. The data are collected in the form of primary data in which obtained from observation and direct interview with a questionnaire as well as secondary data that gained from various literatures and institutes related to this research.

The result of the analysis shows that Probolinggo city has three patterns of distribution and from distribution of value chain is known that average farmer distributing their harvest to the wholesaler and the rice mill by 88% and 12% respectively. The highest expenditure is on the rice mill because it receives an essential treatment including dry grain. The level of accessibility of rice in Probolinggo city is relatively high due to its geographical location, its crowded street in which many vehicles pass by and its sufficient infrastructures. Because of those conditions, the citizens are able to obtain the rice easily. Based on SWOT approach, the most effective strategy to distribute the rice efficiently is to maintain and expand market share, preserve the selling price of products on the market and the commitment towards the quality of products, increase the performance of marketing and to optimize the capacity of products.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pembangunan Ketahanan Pangan Nasional diselenggarakan dalam rangka mengatasi kekurangan pangan dalam jumlah dan mutu selain untuk memperkuat sektor agribisnis dan industri pangan guna memperbesar peranannya dalam memperoleh devisa, meningkatkan dan meratakan pendapatan, memperluas kesempatan kerja dan sekaligus melestarikan sumberdaya alam pertanian yang ada. Ketahanan pangan itu sendiri menurut Undang-undang nomor 18 tahun 2012 tentang pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi Negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau, serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan. Ketahanan pangan menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan nasional saat ini. Ada tiga alasan utama yang melandasi adanya kesadaran dari semua komponen bangsa atas pentingnya ketahanan pangan tersebut, yaitu: (1) akses atas pangan yang cukup dan bergizi bagi setiap penduduk merupakan salah satu pemenuhan hak azasi manusia, (2) konsumsi pangan dan gizi yang cukup merupakan basis bagi pembentukan sumberdaya manusia yang berkualitas, dan (3) ketahanan pangan merupakan basis bagi ketahanan ekonomi, bahkan bagi ketahanan nasional bagi suatu negara berdaulat, termasuk Indonesia.

Komoditas pangan merupakan kebutuhan yang paling mendasar bagi masyarakat. Menurut Undang-undang nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan menyebutkan bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling mendasar dan paling utama. Oleh sebab itu pemenuhannya merupakan bagian dari Hak asasi manusia yang dijamin di dalam Undang-undang dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai komponen dasar untuk mewujudkan sumberdaya manusia yang berkualitas. Berdasarkan Undang-undang tersebut maka terpenuhinya kebutuhan pangan di suatu negara merupakan hal mutlak yang harus

dipenuhi. Namun kenyataannya Indonesia yang memiliki jumlah penduduk besar dan potensi sumber daya alam yang melimpah dan sumber pangan yang beragam seharusnya mampu mencapai ketahanan pangan secara mandiri. Akan tetapi dalam data impor pangan tahun 2010 memperlihatkan bahwa impor pangan ternyata menembus US\$12,05 miliar (Zamharir, 2012). Hal ini terlihat bahwa Indonesia masih belum mampu untuk mencapai ketahanan pangan nasional.

Ketahanan pangan nasional salah satunya dicirikan dengan adanya ketersediaan pangan yang cukup secara luas, namun demikian realitasnya masih ditemui beberapa daerah dimana masyarakatnya tidak mampu mengakses pangan yang cukup, hal ini disebabkan karena kondisi wilayahnya yang tergolong miskin dan tingkat pendapatan penduduknya tidak mencukupi untuk memperoleh akses terhadap pangan untuk kehidupannya sehari-hari.

Ketahanan pangan sudah selayaknya mencakup keseluruhan aspek termasuk aspek yang lebih mikro yang dihadapi penduduk harus mendapat perhatian yang lebih dibandingkan dengan aspek yang ada di tingkat makro. Salah satunya adalah ketersediaan pangan di tingkat komunitas lokal, hal ini merupakan syarat keharusan yang dilaksanakan oleh pemerintah guna menjamin ketahanan pangan untuk seluruh rumah tangga, namun kenyataannya masih banyak dijumpai penduduk yang miskin dan kelaparan. Selanjutnya, ketahanan pangan tingkat regional merupakan syarat keharusan untuk dapat mencapai ketahanan pangan di suatu daerah, sebagai contoh ketersediaan pangan di Jawa Timur. Pada akhirnya ketahanan pangan di tingkat nasional harus dapat menjamin terwujudnya ketahanan pangan untuk memenuhi tuntutan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan yaitu memenuhi kebutuhan pangan seluruh keluarga di Indonesia.

Keberhasilan dalam pembangunan ketahanan pangan baik di pusat, provinsi, dan kabupaten/kota tidak hanya bergantung pada keberhasilan dalam meningkatkan produksi pangan. Menurut Gross dan Weingrater dalam Hanani (2012) bahwa ketahanan pangan terdiri dari empat subsistem utama, yaitu Ketersediaan (*food availability*), Akses Pangan (*food access*), Penyerapan Pangan (*food utilization*), dan Stabilitas Pangan (*food stability*). Stabilitas pangan dalam

kehidupan masyarakat dapat terwujud jika ketiga aspek ketahanan pangan yaitu, ketersediaan pangan, akses pangan, dan penyerapan pangan senantiasa tersedia dan terintegrasi keberadaannya. Guna memenuhi kebutuhan pangan keluarga serta dapat memperoleh akses pangan secara baik maka proses distribusi pangan yang lancar sejak dari produsen hingga ke tangan konsumen menjadi syarat utamanya.

Peran distribusi pangan sebagai salah satu subsistem ketahanan pangan akan sangat strategis, karena jika tidak dapat terselenggara secara baik dan lancar maka ketersediaan pangan khususnya komoditi beras yang dibutuhkan masyarakat tidak akan terpenuhi secara berkesinambungan. Distribusi komoditi beras pada tempat-tempat berlangsungnya transaksi untuk kebutuhan hidup masyarakat harus termonitor secara efektif. Gangguan terhadap distribusi komoditi beras akan berdampak terhadap kelangkaan tersedianya komoditi beras sehingga dapat terjadi kenaikan harga serta berpengaruh terhadap rendahnya akses pangan penduduk karena daya beli mereka terhadap komoditi beras menjadi menurun.

Distribusi pangan adalah tersedianya pangan dan pasokan pangan secara merata sepanjang waktu baik jumlah, mutu, aman dan keragamannya untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat, sedangkan akses pangan adalah kemampuan rumah tangga untuk dapat menjangkau/mendapatkan pemenuhan kebutuhan pangan sepanjang waktu baik jumlah, mutu, aman, keragaman untuk menunjang hidup yang aktif sehat dan produktif. Distribusi pangan tidak hanya menyangkut distribusi pangan dalam negeri namun menyangkut perdagangan internasional di luar negeri dalam suatu sistem harga yang terintegrasi secara tepat dan benar, namun kenyataannya belum ada pola distribusi pangan yang menjamin seluruh rumah tangga dapat memperoleh pangan dalam jumlah yang cukup sepanjang waktu dengan harga yang terjangkau.

Salah satu yang mencerminkan distribusi yang sudah baik adalah dapat dilihat dari pemerataan pangan di beberapa daerah, pemerataan pangan sendiri diperlukan dalam rangka pemenuhan konsumsi pangan masyarakat. Sehingga peran distribusi dalam kegiatan menyalurkan bahan pangan dari petani hingga konsumen akhir sangatlah penting. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan penyelenggaraannya.

Dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan, disebutkan bahwa ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman beragam, bergizi, merata dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup secara aktif dan produktif secara berkelanjutan. Keberhasilan penyelenggaraan ketahanan pangan di suatu daerah ditentukan oleh sistem ketahanan pangan yang ada pada daerah tersebut, yang terdiri dari tiga subsistem, yaitu: (1) ketersediaan pangan dalam jumlah dan jenis yang cukup untuk seluruh masyarakat, (2) distribusi pangan yang lancar dan merata, dan (3) keterjangkauan pangan setiap individu yang memenuhi kebutuhan gizi dan kaidah kesehatan.

Permasalahan dalam mencapai ketahanan pangan suatu daerah adalah ketidakseimbangan antara ketersediaan dan kebutuhan pangan yang dihasilkan. Masalah langkanya ketersediaan pangan tersebut disebabkan karena produksi yang dihasilkan pada setiap saat dibutuhkan tidak seimbangan dengan pemenuhan kebutuhan penduduk. Seperti diketahui, masalah produksi hanya terjadi di wilayah-wilayah dan pada waktu-waktu tertentu saja sehingga mengakibatkan konsentrasi ketersediaannya hanya ada di sentra-sentra produksi dan pada masa-masa panen raya. Kebutuhan yang paling mendasar bagi penduduk di Indonesia adalah tersedianya komoditi beras dalam jumlah dan kualitas yang cukup sangat diperlukan dalam mencapai ketahanan pangan.

Beras merupakan salah satu komoditas pangan utama di Indonesia. Hasil olahannya berupa beras menjadi salah satu makanan pokok bagi penduduknya. Mengingat jumlah penduduk Indonesia yang setiap tahunnya semakin meningkat, membuat semakin tingginya kebutuhan akan beras. Di sisi lain, pemerataan distribusi beras yang tidak merata masih merupakan masalah yang harus ditangani. Hal ini terbukti dari sulitnya penyaluran beras di beberapa daerah. Oleh sebab itu, produksi beras hanya berpusat pada beberapa kota sentra produksi beras saja. Hal tersebut sering menimbulkan distribusi beras yang tidak merata.

Di Jawa timur sendiri produksi beras yang dihasilkan petani menurut badan pusat statistic adalah 11.785.464 ton/ha dari ideal yang bisa dihasilkan yaitu sekitar

13.154.967 ton/tahun dari luas areal keseluruhan Jawa Timur yaitu 1.934.297 juta/ha (Badan Pusat Statistik, 2015). Dari data yang ada diketahui bahwa masih terdapat kekosongan sekitar 2 juta ton untuk daerah Jawa Timur. Mengacu pada data BPS tersebut, salah satu masalah yang ada adalah lemahnya saluran distribusi di beberapa daerah di Jawa Timur.

Kota Probolinggo merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki permasalahan terhadap ketahanan pangan terutama pada ketersediaan komoditi beras yang tidak seimbang antara panen yang dihasilkan dengan konsumsi penduduk, sehingga sangat mengandalkan pentingnya sistem distribusi komoditi beras yang efektif, karenanya perlu dikaji lebih dalam tentang mekanisme serta proses implementasi sistem distribusi komoditi beras di Kota Probolinggo tersebut berjalan lebih efektif dan efisien.

Kota Probolinggo yang merupakan daerah industri dengan luas lahan 56,667 Km<sup>2</sup>, merupakan daerah yang cocok untuk pertanian khususnya padi. Kota Probolinggo sendiri memiliki areal luas lahan penanaman padi sekitar 1.856 ha. Umumnya sebagian besar lahan pertanian ini berada di kecamatan Kademangan dan Wonoasih. Berdasarkan informasi dan data yang diperoleh pada tahun 2015, dengan luasan lahan penanaman 1.856 ha Kota Probolinggo menghasilkan produksi panen padi berkisar 12,626 ton/ha untuk wilayah Kota Probolinggo. (BPS, 2015). Sehingga hasil produksi padi dengan luasan lahan 1.856 ha menghasilkan panen sebesar 273.957 ton per tahun (BPS, 2015). Namun angka konsumsi masyarakat Kota Probolinggo pada tahun 2014 mencapai 3.450.594. Melihat fenomena ini terjadi ketimpangan antara produksi padi yang hanya 273.957.00 dengan konsumsi sebesar 3.450.594. Ketimpangan ini menyebabkan Kota Probolinggo membutuhkan pasokan dari kota lain dan penyaluran distribusi yang kurang efisien.

Penelitian ini bertujuan sebagai pedoman bagi pemerintah dalam mengambil kebijakan terkait pendistribusian beras. Selain itu penelitian ini berfungsi bagi para pengusaha di Probolinggo khususnya yang bergerak di bidang penggilingan beras agar bisa menambah referensi terkait produk dan harganya.

Selain itu penelitian ini berfungsi sebagai rujukan dan referensi bagi peneliti lain untuk menambah wawasannya terkait distribusi beras di kota Probolinggo.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang timbul yang erat kaitannya dengan sistem distribusi komoditi beras, antara lain:

1. Bagaimana gambaran pemenuhan distribusi komoditi beras dan pola distribusi yang berlangsung di Kota Probolinggo?
2. Bagaimana tingkat stabilitas harga komoditi beras di kota probolinggo .
3. Bagaimana Strategi yang paling efektif bagi distribusi komoditi beras di Kota Probolinggo?

### **1.3 Maksud dan Tujuan**

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian tentang analisis Sistem Distribusi Beras di Kota Probolinggo ini adalah:

1. Mendeskripsikan pemenuhan komoditi beras dan pola distribusi yang terjadi di kota Probolinggo.
2. Menganalisis tingkat stabilitas harga komoditi beras di Kota Probolinggo.
3. Menentukan Strategi yang paling efektif untuk komoditi beras di kota Probolinggo.

### **1.4. Sasaran Penelitian**

Adapun sasaran dilakukannya penelitian tentang Analisis Distribusi Beras di Kota Probolinggo ini adalah untuk:

- a. Mengidentifikasi distribusi dan penyaluran komoditi beras yang ada di kota Probolinggo.

- b. Mengidentifikasi kekurangan ataupun kelebihan komoditi beras yang ada di Kota Probolinggo.
- c. Mengidentifikasi harga beras selama satu periode guna mengetahui tingkat stabilitas harga komoditi beras di kota Probolinggo.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Pelaksanaan kegiatan penelitian mengenai Analisis Sistem Distribusi komoditi beras di Kota Probolinggo, diharapkan berguna untuk memberikan kontribusi yang terkait dengan upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak pemerintah Kota Probolinggo, pihak swasta, dan masyarakat dalam rangka menjaga stabilitas pangan khususnya komoditi beras dan meningkatkan ketahanan pangan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu penelitian ini diharapkan berguna sebagai rujukan untuk:

1. Pihak pemerintah, dalam rangka mengambil keputusan yang terbaik dalam pengedaan beras untuk penduduknya.
2. Pihak Swasta dan Masyarakat, diharapkan dapat berpartisipasi guna memenuhi kebutuhan akan komoditi beras.
3. Pihak mahasiswa dan para peneliti, diharapkan sebagai sumber referensi guna mengembangkan penelitian yang terkait pada pelaksanaan sistem distribusi komoditi beras yang sangat dibutuhkan masyarakat.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Untuk lebih memperluas wawasan penelitian tentang sistem distribusi komoditi beras, maka perlu digunakan beberapa bacaan berupa hasil penelitian terdahulu sebagai sumber rujukan. Hasil penelitian terdahulu yang digunakan dan yang berkaitan dengan kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut.

Damanik (2012), dengan penelitiannya mengenai penyediaan beras raskin bagi masyarakat dilihat dari efektivitas distribusi yang berlangsung di Kelurahan Tanjung Marulak Kecamatan Rambutan, Kota Tebing Tinggi menyimpulkan bahwa Raskin sangat membantu masyarakat dalam memecahkan beberapa masalah terkait pangan dan beras. Melalui program ini pemerintah memberikan bantuan kepada masyarakat untuk mendapatkan hak atas pangan. Masyarakat umumnya masih lemah dalam memenuhi kebutuhan pangan pokok karena daya beli mereka yang tergolong rendah. Program Raskin yang dilakukan pemerintah telah berhasil meningkatkan pendapatan responden dalam bentuk barang dan uang sehingga program raskin tersebut dapat memenuhi sebagian dari program pokok bagi keluarga miskin. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah metode "Simple Random Sampling", sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Tanjung Marulak Kecamatan Rambutan Kota Tebing Tinggi yang mendapat Program Beras Miskin atau Raskin. Adapun jumlah keseluruhan reponden yang mendapat program ini adalah 303 KK yang tersebar di Kelurahan Tanjung Marulak Kecamatan Rambutan Kota Tebing Tinggi, dengan metode sampling yang ada maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 KK. Pendekatan analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, analisis deskriptif berfungsi untuk melihat pendistribusian Raskin di Kelurahan Tanjung Marulak sesuai dengan indikator keefektifan distribusi Raskin. Membandingkan syarat-syarat indikator 6 tepat dengan kenyataan di lapangan.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa analisis efektivitas distribusi beras miskin bahwa masyarakat di kelurahan tanjung marulak belum memenuhi sebagai

kelurahan yang efektif dalam penyaluran distribusi beras miskin, hal ini dilihat dari beberapa kriteria yang sudah ditetapkan.

Yang menjadi kriteria tingkat efektivitas program Raskin ini ada 6 yaitu ketetapan sasaran penerima manfaat, jumlah, harga, waktu, administrasi dan kualitas. Raskin hanya diberikan kepada Rumah Tangga Miskin penerima manfaat yang terdaftar dalam Daftar Penerima Manfaat (DPM). Rumah tangga yang tidak 7 termasuk dalam kriteria tersebut tidak berhak untuk menerima Raskin. Agar penyaluran lebih tepat sasaran, maka pendataan dilakukan secara berkala yakni diperbaharui setiap tahun dengan melibatkan kepala lingkungan serta diawasi langsung oleh aparat desa dan aparat BPS sehingga segala bentuk penyimpangan maupun penyelewengan dapat diperkecil.

Menurut hasil analisis data, terdapat 12 sampel atau 40% dari jumlah sampel dinyatakan tidak tepat sasaran berdasarkan penilaian pendapatan yang diatas UMR Kota Tebing Tinggi sebesar Rp 1,280,000 per bulan. Selain itu hasil penelitian menyebutkan bahwa Waktu pelaksanaan distribusi Raskin kepada RTM penerima manfaat sesuai dengan rencana distribusi. Penyaluran Raskin sudah direncanakan oleh BULOG untuk setiap penyaluran beras tiap bulannya. Ketepatan waktu dalam penyaluran akan sangat membantu masyarakat miskin dalam memenuhi kebutuhan pangan.

Seluruh sampel RTS-PM di Kelurahan Tanjung Marulak menyatakan bahwa waktu pelaksanaan distribusi tepat karena pembagian Raskin selalu terjadi di awal bulan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Harga Raskin ditingkat rumah tangga miskin yaitu sebesar Rp 1,666,67 per kg sehingga terdapat perbedaan harga antara harga patokan pemerintah dengan harga ditingkat rumah tangga miskin sebesar Rp 66,67. 2. Pendistribusian beras belum efektif ditinjau dari indikator efektivitas yang digunakan. Dari sisi tepat sasaran terdapat 18 sampel ( 60% ) yang tidak tepat sasaran, dari sisi jumlah sudah tepat, dari sisi harga belum tepat, serta dari sisi waktu dan administrasi dinyatakan sudah tepat.

Supriatna (2002) Dalam penelitiannya yang berjudul “analisis sistem pemasaran gabah/beras” di sumatera utara. Secara rinci, penelitian bertujuan untuk: menggambarkan keragaan alur pemasaran perbaikan sistem pemasaran gabah/beras nasional terutama di Propinsi Sumatra Utara.gabah/beras mulai dari

petani (produsen) sampai konsumen akhir, menganalisis komponen biaya dan margin pemasaran pada setiap pelaku pemasaran, dan mengidentifikasi karakteristik dan permasalahan pada setiap pelaku pemasaran. Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan kebijakan dalam perbaikan sistem pemasaran gabah/beras nasional terutama di Propinsi Sumatra Utara.

Penelitian dilaksanakan tahun 2002 di Propinsi Sumatra Utara selanjutnya Kabupaten Asahan dan Simalulung terpilih sebagai lokasi contoh. Analisis sistem distribusi merupakan metode untuk mempelajari keterkaitan pasar dan mempelajari secara detail komponen biaya dan margin pemasaran di sepanjang rantai pemasaran. Penelitian ini bersifat deskriptif menggunakan metoda Participatory Rural Appraisal (PRA) dengan pendekatan Snow Ball Sampling dimana petani sebagai titik awal (starting point). Data primer dikumpulkan dari 50 petani, 20 pedagang, 4 penggilingan padi, dan 10 konsomen akhir.

Data sekunder dikumpulkan dari Dinas Pertanian Tanaman Pangan, Laporan Lembaga Penelitian, dan Dinas/Instansi terkait lain. Dari penelitian yang ada ditemukan hasil bahwa Struktur aliran tataniaga gabah/beras pada garis besarnya ditemukan dua aliran, yaitu: (I) saluran pemasaran pertama, petani menjual gabah ke pedagang pengumpul sebagai kaki tangan pedagang kongsi. Dari pedagang pengumpul, gabah disalurkan oleh pedagang kongsi ke pedagang kilang. Dari pedagang kilang, gabah mulai mengalami perlakuan meliputi proses pengeringan, penggilingan dan grading beras.

Beras yang telah dikemas disalurkan ke pedagang grosir, dari grosir disalurkan ke pengecer-pengecer untuk dijual ke konsumen; dan (II) saluran pemasaran kedua, petani menjual gabah ke pedagang pengumpul yang merupakan kaki tangan pemilik penggilingan desa. Di penggilingan desa, gabah mengalami proses pengeringan, penggilingan dan grading beras. Selanjutnya beras dikemas dan disalurkan ke pengecer desa untuk dijual ke konsumen. Mayoritas petani (85%) menempuh saluran pemasaran pertama dan sisanya (15%) menempuh saluran pemasaran kedua.

Jenis pengeluaran utama dari pedagang pengumpul/kongsi, grosir dan pedagang pengecer hampir sama meliputi biaya transportasi dan bongkar muat. Pada saluran pemasaran I besar biaya pemasaran pedagang pengumpul/kongsi

(Rp.42,-), grosir (Rp.17,-), dan pedagang pengecer (Rp.22,-) per kilogram beras. Jumlah biaya pemasaran paling tinggi terjadi pada pedagang kilang, yaitu Rp.127,- per kilogram beras. Margin pemasaran (marketing margin) paling tinggi berturut-turut terjadi pada pedagang kilang sebanyak 7,6%, pedagang pengumpul/kongsi 6,7%, sedangkan pedagang grosir dan pengecer masing-masing 1,2 dan 1,8%. Margin keuntungan (net benefit margin) di kilang mencapai Rp.89,-/kg. Pada saluran 14 pemasaran II, margin pemasaran terbesar terjadi pada penggilingan desa sebanyak 7,4 persen sementara pedagang pengumpul dan pengecer masing-masing 2,5 dan 1,8 persen. 3.

Permasalahan utama banyak ditemukan di tingkat petani sebagai produsen gabah yaitu kelemahan permodalan sehingga terjerat ke pihak pelepas uang (money lender). Disamping itu mayoritas petani (95%) menjual gabah langsung setelah panen sehingga harga jual gabah jatuh. Fasilitas pengolahan hasil yang dimiliki penggilingan desa kurang menunjang, sehingga produk mereka kalah bersaing dengan produk pedagang kilang yang memiliki fasilitas pengolahan lebih baik.

Agus (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis rantai distribusi padi di kota Pati kabupaten Pati Jawa tengah. Penelitian ini bertujuan untuk Mengidentifikasi pola distribusi komoditas padi dan beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati. Untuk mengetahui tingkat margin keuntungan yang diterima pada setiap tingkatan lembaga pemasaran komoditas padi dan beras di Kecamatan Pati. Metode yang digunakan dalam bersifat deskriptif yaitu menggambarkan pola distribusi dan nilai marjin pemasaran yang diperoleh setiap pelaku tata niaga komoditas padi sawah menjadi beras.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dari petani dan pelaku pemasaran yang terlibat dalam rantai distribusi. Data Sekunder dikumpulkan dari Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan, Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Pati,serta instansi terkait lainnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif persentase dan analisis marjin pemasaran. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan atau menggambarkan pola distribusi padi dan pendapatan petani padi sawah di Kecamatan Pati. Kemudian,

analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui besaran margin maupun keuntungan pada setiap pelaku pemasaran.

Dari penelitian Analisis rantai distribusi padi di kota Pati kabupaten Pati Jawa tengah diperoleh hasil bahwa Pola distribusi komoditas padi sawah di Kecamatan Pati ada dua pola distribusi yang berjalan yaitu pertama, Dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen; kedua, Dari petani ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen.

Dengan pola distribusi yang ada para pelaku tata niaga beras dapat memperoleh keuntungan. Dari kedua pola distribusi yang ada, petani menghadapi beberapa permasalahan dalam pemasaran hasil padi yang sudah diproses menjadi beras. Permasalahan yang ditemui pada petani adalah terbatasnya informasi harga padi yang sudah menjadi beras. Selain permasalahan tersebut, pembayaran menunggak yang dilakukan oleh pedagang tengkulak masih ditemui di wilayah Kecamatan Pati. Margin pemasaran yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada penggilingan padi (44,4%), pedagang tengkulak (7,5%), pedagang pengepul (3,6%), dan pedagang pengecer (3,4%). Sedangkan, berdasarkan nilai margin keuntungan, pedagang tengkulak Rp. 193,- per Kg, penggilingan padi memperoleh keuntungan Rp. 144,- per Kg, 75 pedagang pengepul Rp. 128,- per Kg, pedagang pengecer memperoleh keuntungan Rp. 107,- per Kg.

Dari ketiga penelitian terdahulu ditemukan beberapa persamaan baha dalam penelitian analisis distribusi beras, ketiga peneliti memakai metode analisis yang sama yaitu analisis deskriptif dan persentase dalam menganalisis berbagai variabel yang ada. Selain persamaan dari ketiga penelitian ini ditemukan beberapa perbedaan yakni terkait lokasi penelitian yang diambil dan pengambilan metode sampling. Dari penelitian damanik (2012) menggunakan teknik pengambilan sample yaitu *random sampling*, sedangkan dalam penelitian supriatna (2002) menggunakan teknik pengambilan sampling yaitu *snowball sampling*, sedangkan dalam penelitian agus (2013) metode pengambilan sample memakai teknik *purposive sampling*.

## 2.2 Tinjauan Tentang Beras

Pangan pokok adalah pangan yang muncul dalam menu sehari-hari, mengambil porsi terbesar dalam hidangan dan merupakan sumber energi terbesar. Sedangkan pangan pokok utama adalah pangan pokok yang dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk serta dalam situasi normal tidak dapat diganti oleh jenis komoditas lainnya (Hessie,2011).

Beras adalah hasil olahan dari produk pertanian yang disebut beras (*oryza sativa*). Beras merupakan komoditas pangan yang dijadikan makanan pokok bagi bangsa asia, khususnya Indonesia, Thailand, Malaysia, vietnam, dan Myanmar (Hessie,2011). Beras merupakan komoditas unik, tidak saja bagi indonesia tetapi juga bagi sebagian besar negara Asia (sundana,2012). Karakteristik beras adalah sebagai berikut:

1. 90% produksi dan konsumsi beras dilakukan di Asia, hal ini berbeda dengan gandum dan jagung yang di produksi oleh banyak negara di dunia.
2. Beras yang diperdagangkan di pasar dunia tipis (thin market) yaitu antara 4% - 5% total produksi, berbeda dengan jumlah komoditas lainnya seperti gandum (20%), jagung (15%), dan kedelai (30%). Pada umumnya volume beras yang diperdagangkan merupakan sisa konsumsi dalam negara. Semakin tidak stabilnya harga beras dunia (harga beras di dalam atau di luar suatu negara), semakin besar pula tingkat *self-sufficiency* yang dianut oleh suatu negara, demikian juga dengan rumah tangga petani Asia.
3. Harga beras sangat tidak stabil dibanding komoditas lainnya misalnya gandum.
4. 80% perdagangan beras dikuasai oleh enam negara, yaitu : Thailand, Amerika serikat, vietnam, pakistan, china, dan Myanmar. Oleh karena itu pasar beras internasional tidak sempurna, Harga beras akan ditentukan oleh kekuatan oligopoli tersebut.
5. Indonesia merupakan neara net importir terbesar beras pada periode 1997 – 1998 yaitu sekitar 31% dari total beras yang diperdagangkan di dunia.
6. Hampir banyak negara asia, memperlakukan beras sebagai *wage goods* dan *political goods*. Pemerintah akan goncang apabila harga beras tinggi dan tidak stabil.

7. Di sebagian besar negara di Asia, umumnya beras diperlakukan sebagai *waye goods* dan *political goods*. Hal ini mempunyai implikasi, pemerintah akan menjadi labil apabila harga beras tidak stabil dan sukar diperoleh.

### 2.2.1 Harga dan Produksi beras

Sejak Oktober 1998 harga beras dunia cenderung menurun yaitu dari US\$ 270/ton menjadi US\$169/ton pada bulan Agustus 2000. Indonesia mengimpor beras bukan gabah. Oleh karena itu impor beras memiliki efek langsung terhadap harga beras bukan harga gabah. Dampak pada harga gabah petani adalah tidak langsung dan merupakan konsekuensi perubahan harga beras dalam negeri.

Harga beras pada tahun 1998 meningkat lebih cepat daripada harga gabah. Kemudian pada bulan September 1998 harga beras konsumen perkotaan turun hingga sampai akhir tahun 2000. Kebalikannya, harga gabah petani mencapai puncak pada tahun 1999 dan tetap konstan hingga akhir 1999, turun pada awal 2000 dan naik pada pertengahan tahun 2000 sampai pertengahan 2001. Penurunan harga gabah petani terjadi antara Februari dan April 2000 bertepatan dengan panen raya. Keadaan ini mengisyaratkan bahwa meningkatnya produksi dalam negeri bukan meningkatnya volume ekspor merupakan faktor utama penyebab penurunan harga gabah petani di Jawa.

Terdapat perubahan yang nyata pada margin antara harga gabah dengan harga eceran beras di perkotaan selama empat tahun lalu. Sebelum krisis rasio harga beras perkotaan dan harga gabah petani sekitar 1,9 yang berarti harga beras di perkotaan 90% lebih tinggi daripada GKO di tingkat petani di Jawa. Sebelum September 1998 margin tersebut mencapai 2,6 dan April 2001 masih mencapai 2,2. Jadi rasio harga beras dan gabah meningkat menjadi lebih dari 15% sejak krisis dimulai.

Fakta bahwa margin telah meningkat mengindikasikan bahwa adanya tekanan kompetisi yang tidak efisien di pasar beras perkotaan. Sehubungan dengan hal itu, meningkatnya volume impor beras pada batas – batas tertentu berpeluang untuk meningkatkan kompetisi dan efisien di pasar beras perkotaan. Upaya ini dapat dipandang sebagai *win-win solution* karena konsumen akan mendapatkan

untung dari harga eceran beras yang wajar dan petani tidak akan menalami penurunan harga gabah yang drastis.

Sementara itu, harga beras pedesaan meningkat lebih cepat daripada harga gabah selama 2 tahun pertama krisis sehingga memperlebar margin beras-gabah. Tetapi sebelum september 1999, harga beras pedesaan turun hingga kembali ke tingkat margin gabah/beras pada saat sebelum krisis. Jadi pasar pedesaan di Jawa kelihatannya cukup efisien. Masalah inefisiensi hanya dijumpai di pasar perkotaan (Deptan,2001).

Selama bulan juni 2005, perkembangan harga rata – rata mingguan beras di jakarta dan jogjakarta mengalami sedikit kenaikan pada minggu – minggu terakhir. Sedangkan di pasar bandung dan denpasar harga bertahan pada level Rp.3000,-/kg. Sementara di semarang bertahan pada level Rp.3240,-/Kg, dan di surabaya pada level Rp.4.000,-/kg. Bila dibanding harga juni 2005, harga beras di beberapa kota mengalami peningkatan antara 1,09% sampai 4,89%. Bila dibandingkan dengan harga di bulan juli 2004, terjadi peningkatan harga yang cukup signifikan di semua kota sebesar 7,28% sampai 25% (Deptan,2005).

Berdasarkan perkiraan USDA, produksi beras dunia tahun 2003-2004 naik 2,88% dibandingkan tahun 2002 – 2003 yaitu dari 379,6 juta ton menjadi 390,4 juta ton. Kenaikan ini disebabkan karena kenaikan produksi di beberapa negara. Sementara itu konsumsi beras tahun 2003/2004 meningkat menjadi 412,0 juta ton. Dari 409,5 juta ton pada tahun sebelumnya Kenaikan konsumsi terjadi hampir di semua negara termasuk negara produsen (Gasar,2011)

### **2.2.2 Kebijakan – kebijakan pemerintah dalam hal perberasan**

Siklus masalah yang berkaitan dengan komoditas pertanian mungkin sudah diketahui masyarakat secara umum. Harga biasanya sangat tinggi pada musim panen karena permintaan yang banyak ditentukan oleh faktor – faktor eksogen, seperti tingkat pendapatan, jumlah penduduk, selera konsumen, atau perubahan pola konsumsi dan sebagainya. Harga yang tinggi seringkali salah diantisipasi oleh petani sehingga mereka berbondong bondong menanam komoditas yang diperkirakan akan menguntungkan. Akibatnya pasti sudah bisa di prediksi, karena produksi berlimpah pada musim panen dan bahkan sangat berlimpah jika

di beberapa daerah melakukan hal serupa pada panen raya. Sebagai konsekuensi logisnya adalah harga menjadi anjlok dan mencapai titik terendah yang sangat tidak menguntungkan, apalagi jika dikaitkan dengan stabilitas ekonomi dan politik suatu bangsa. Padahal menurut Mubryanto (1992) harga adalah merupakan salah satu gejala ekonomi yang sangat penting berhubungan erat dengan perilaku petani sebagai produsen dan juga terhadap perilaku konsumen.

Harga komoditi terbentuk dari kekuatan permintaan dan penawaran dimana dalam realitasnya tingkat harga yang terbentuk dapat berfluktuasi antar periode. Kebijakan pemerintah yang memungkinkan perdagangan beras masuk ke dalam sistem mekanisme pasar dan adanya globalisasi perdagangan, membuat harga beras domestik dipengaruhi oleh harga beras di pasar dunia. Nilai tukar mata uang rupiah terhadap USD juga menjadi faktor penentu yang berpengaruh terhadap perdagangan beras karena *system flexibel exchange rate* yang dianut pemerintah Indonesia. Kebijakan harga bertujuan untuk menstabilkan harga beras, terutama berkaitan dengan adanya dua musim yaitu musim paceklik dimana harga beras meningkat dan musim panen raya di mana harga beras turun, disamping fluktuasi harga karena kekeringan, banjir, dan lainnya. Agar perbedaan harga kedua musim tersebut tidak terlalu lebar maka dilakukan pembelian oleh BULOG pada saat panen raya dan saat paceklik, yang mana pada dasarnya adalah bagaimana mengelola stok.

Tujuan stabilisasi harga beras adalah untuk melindungi keduanya sekaligus yaitu konsumen dan produsen beras/gabah, disamping tentunya mengendalikan inflasi. Seperti diketahui insentif petani beras telah terabaikan dalam masa orde lama. Ada tiga tujuan utama dari kebijakan harga output pertanian yaitu : *pertama* untuk menjamin kelancaran keluaran hasil pertanian, *kedua* untuk meningkatkan distribusi pendapatan, *ketiga* untuk memperlancar dan meningkatkan kontribusi sektor pertanian secara keseluruhan dalam proses pembangunan ekonomi (Ellis, 1992).

Kebijakan subsidi input dimasukkan untuk meningkatkan hasil pertanian selain jua untuk meratakan distribusi pendapatan dan tujuan sosial lainnya. Ada tiga instrument utama yang dipergunakan oleh pemerintah dalam melakukan kebijakan di sektor input ini *pertama* untuk menjamin harga yang telah

dibayarkan oleh petani untuk membeli input, khususnya adalah pupuk. *Kedua* untuk mengimbangi keluaran yang telah dilakukan petani dalam mendistribusikan hasil pertaniannya ke pasar. *Ketiga* adalah untuk menutup biaya informasi yang diberikan kepada petani.

### 2.3 Distribusi, Harga dan Cadangan Pangan

Stabilitas pasokan dan harga merupakan indikator utama yang menunjukkan gambaran kinerja dari subsistem distribusi komoditi beras. Beberapa permasalahan lain yang terkait dengan aspek distribusi tersebut, yaitu belum memadainya prasarana dan sarana pendukung kegiatan distribusi untuk menghubungkan lokasi produsen dengan konsumen pada setiap wilayah, sehingga menyebabkan kurang terjaminnya kelancaran arus distribusi komoditi beras tersebut. Hal ini akan menghambat akses fisik dan berpotensi memicu kenaikan harga, serta menurunkan kualitas konsumsi pangan.

Ketidaklancaran proses distribusi juga akan merugikan petani produsen, karena disamping biaya pemasaran yang mahal, hasil produk pertanian umumnya merupakan komoditi yang mudah rusak. Selain itu, dengan sifat produksi yang musiman, penurunan harga pada saat panen cenderung merugikan petani. Sebaliknya, pada saat harga pangan meningkat akan menekan konsumen, ketidakstabilan harga memberatkan petani sehingga peningkatan harga tersebut tidak banyak dinikmati para petani sebagai produsen.

Permasalahan lainnya adalah pengaruh melonjaknya harga pangan dunia, misalnya beras dan bawang merah sebagai akibat kenaikan harga di dalam negeri karena ketergantungan terhadap impor komoditi beras. Dalam era otonomi daerah, banyak peraturan daerah yang menghambat distribusi komoditi beras, secara fisik arus distribusi komoditi beras tersebut berdampak pada peningkatan biaya distribusi, demikian juga tambahan dana untuk kepentingan pemasukan keuangan daerah yang pada akhirnya dibebankan kepada konsumen.

Permasalahan yang sering terjadi dalam proses distribusi pangan antara lain terbatasnya dan/atau kurang memadainya system sarana dan prasarana transportasi, kondisi iklim yang tidak menentu (akibat kondisi musim hujan yang

tidak dapat diprediksi, sehingga banyak dijumpai jalan yang rusak karena bencana banjir, atau ombak laut tinggi sehingga mengganggu pelayaran) dan mengganggu transportasi komoditi beras. Permasalahan teknis dalam proses distribusi ini berdampak terhadap melonjaknya ongkos angkut. Konsekuensi dari ongkos angkut yang tinggi berdampak terhadap harga di tingkat konsumen semakin melonjak. Sebaliknya, harga pada tingkat produsen akan jatuh, disebabkan tingginya harga pangan sehingga mengakibatkan aksesibilitas konsumen terhadap komodii beras secara ekonomi menurun, sehingga kondisi ketahanan pangan yang ada diwilayah tersebut terganggu.

Lamanya waktu tempuh dalam pengangkutan komoditi beras segar pada saat terjadi gangguan transportasi, baik karena kondisi infrastruktur jalan maupun cuaca, akan memperbesar persentase komoditi beras yang rusak. Masalah kelangkaan pangan disuatu wilayah berdampak terhadap harga-harga pangan akan meningkat yang berakibat pada meningkatnya inflasi yang telah ditetapkan. Masalah lain yang mempengaruhi ketersediaan komoditi beras di suatu wilayah adalah belum semua wilayah telah menjabarkan peraturan pemerintah tentang ketahanan pangan dan kesepakatan dalam kebijakan operasional masing-masing daerah. Selain itu dalam rangka mendukung distribusi, harga dan cadangan pangan adalah data dan informasi, SDM dan kelembagaan yang bertanggung jawab terhadap akurasi dan pengelola data yang terkait dengan ketersediaan pangan, harga pangan, dan cadangan pangan untuk dapat digunakan dalam merumuskan kebijakan distribusi, stabilisasi harga dan pasokan pangan serta kondisi cadangan pangan di suatu wilayah.

Saluran distribusi menjadi bagian penting dalam proses penyampaian produk dari perusahaan manufaktur/produsen kepada konsumen akhir. Sebagai apapun produknya dan segenar apapun promosinya, tanpa saluran distribusi yang efektif dan sistematis tidak akan membuat produk yang dijual tersebut dikenal dan dikonsumsi oleh para konsumen akhir. Jaringan distribusi terdiri dari beberapa elemen yang saling terkait dan mempengaruhi, beberapa elemen tersebut antara lain adalah *supplier*, *manufacturer*, *distributor* dan *retailer* serta pelanggan. Saat ini rantai dan atau saluran distribusi tidak hanya

bertujuan untuk mengurangi biaya tetapi lebih dari itu adalah untuk memenuhi kebutuhan setiap pelanggan.

Saluran distribusi merupakan suatu jaringan dari organisasi *value chain* yang menjalankan fungsi menghubungkan barang dan jasa dengan konsumen. Kegiatan yang dilakukan oleh *intermediaries* ini pada prinsipnya akan mengurangi hubungan langsung antara produsen dengan konsumen. Pada intinya fungsi pemasaran yang dijalankan oleh suatu jaringan atau jalur distribusi adalah sebagai berikut :

#### 1. Fungsi Pertukaran

Sebagai fungsi pertukaran, saluran distribusi memiliki fungsi sebagai berikut :

- a. Pembelian, di dalam fungsi pembelian ini para *intermediaries* dalam hal ini pedagang perantara dan pedagang besar, bertindak sebagai agen pembelian bagi para pengecernya atau pemakai industri.
- b. Penjualan, elemen yang ada pada saluran distribusi akan melakukan penjualan kepada level yang ada dibawahnya.
- c. Pengambilan resiko, dengan adanya *intermediaries* maka akan terjadi pembagian resiko terhadap transaksi yang dilakukan.

#### 2. Fungsi Penyediaan Fisik

Fungsi penyediaan fisik dalam saluran distribusi menjadi sangat penting untuk dapat menjaga tingkat penerimaan konsumen di pasar. Produsen biasanya menjaga tingkat penerimaan produk yang dijual dengan menggunakan saluran distribusi yang efektif untuk dapat melakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Pengumpulan, fungsi pengumpulan yang dijalankan oleh pedagang perantara sangat membantu dalam efisiensi distribusi.
- b. Penyimpanan, fungsi penyimpanan ini sangat bermanfaat pada barang produk yang mudah rusak.
- c. Pengangkutan, fungsi memindahkan barang produksi dari tempat dihasilkan ke tempat yang dikonsumsi.

### 3. Fungsi Penunjang

Sebagai fungsi penunjang, saluran distribusi mempunyai fungsi sebagai berikut :

- a. Pelayanan sesudah pembelian, memberikan jaminan terhadap kenyamanan penggunaan barang tersebut setelah dibeli oleh konsumen
- b. Pembelanjaan, fungsi ini diperlukan dalam rangka memperoleh sejumlah dana dari transaksi yang terjadi.
- c. Penyebaran informasi, melalui pemberian informasi yang berguna dan cukup bagi konsumen sehingga membantu perusahaan dalam mengurangi biaya konsumen akhir.
- d. Koordinasi saluran, fungsi ini sangat berkaitan dengan fungsi penyebaran informasi dan apabila terjadi komunikasi yang baik antar elemen maka akan sangat memudahkan di dalam pelaksanaan penyaluran.

## 2.4 Pengembangan Sistem Distribusi Komoditi beras

Sasaran kegiatan pengembangan sistem distribusi komoditi beras terdiri dari:

- a. Penguatan kelembagaan distribusi pangan merupakan kegiatan pemberdayaan dalam rangka meningkatkan kemampuan unit usaha distribusi/pemasaran dan pengolahan pangan serta pembangunan sarana penyimpanan sehingga dapat meningkatkan posisi tawar dan nilai tambah produsen/petani dan mendekatkan akses terhadap sumber komoditi beras.
- b. Analisis harga dan pasokan pangan, serta daya beli masyarakat, merupakan kegiatan penyediaan data dan informasi serta hasil analisis, melalui pemantauan secara berkala dan berkelanjutan guna perumusan kebijakan harga pangan;
- c. Pengumpulan data rantai distribusi komoditi beras dan data harga, merupakan kegiatan pengumpulan data pasokan, harga, yang dilaporkan secara periodik dalam rangka menjaga stabilitas pasokan dan harga pangan pokok;
- d. Pengembangan model pemetaan jaringan distribusi, adalah kegiatan penyediaan data dan informasi melalui pengumpulan data, pengolahan dan

analisis data distribusi secara cepat yang dilaksanakan dengan akurasi data yang signifikan.

Secara umum sistem distribusi komodii beras masih menjadi bagian yang tergolong lemah dari aliran komoditas pertanian yang ada. Masih lemahnya sistem distribusi komodii beras tersebut karena belum berjalannya komponen-komponen yang terlibat secara terintegrasi. Sistem distribusi komodii beras yang efisien pada dasarnya harus mampu memenuhi dua persyaratan pokok, yaitu: (1) mengumpulkan komodii beras dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah-rendahnya; dan (2) mampu mendistribusikan pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat mulai dari kegiatan produksi hingga pemasaran.

Berbagai komoditi komodii beras yang berasal dari berbagai daerah, serta kelembagaan yang terlibat dalam kegiatan distribusi tersebut seringkali terdapat perbedaan, namun secara umum pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan distribusi adalah produsen, pedagang pengumpul, para penyalur/pedagang antar pulau, pedagang besar yang beroperasi di pusat-pusat pasar, dan akhirnya para pengecer di daerah konsumsi itu sendiri yang berhadapan langsung dengan para konsumen. Variasi terhadap pola umum kegiatan distribusi tersebut adalah berupa cabang-cabang tambahan seperti para pengumpul pada pasar-pasar di tingkat dua di daerah produksi dan ada tidaknya hubungan/keterkaitan antara modal usaha dengan para pedagang pengumpul (yang selanjutnya kepada petani produsen) dan para pedagang besar/antarpulau.

Dalam hal distribusi komoditi beras, secara umum masih sering terjadi penempatan pedagang pengumpul di tingkat kelurahan sebagai tujuan utama dalam distribusi komodii beras. Hanya sebagian kecil produsen yang langsung menjual hasil panennya ke pedagang besar/bandar. Dalam hal tujuan pemasaran ini, tampaknya orientasi penjualan hasil lebih mengarah pada kelembagaan pemasaran yang paling dekat dan mudah dijangkau produsen. Bahkan semakin berkembangnya kelembagaan distribusi komodii beras, seperti munculnya supplier dan pasar modern tidak dapat terakses langsung oleh para petani karena berbagai kendala baik yang menyangkut kontinuitas, jumlah produk yang

diminta, sistem pembayaran maupun kualitas produk yang diminta sangat ketat. Rantai pemasaran yang cukup panjang dapat menyebabkan tidak efisiennya sistem pemasaran. Oleh karenanya, apabila terjadi peningkatan produk komoditi beras bila tidak diiringi dengan perbaikan system distribusinya, maka subsistem distribusi tersebut selamanya dihadapkan dalam ketidakefisienan dan seringkali pihak produsen memperoleh bagian harga yang kurang memadai bagi peningkatan usahanya.

### **2.5 Saluran Distribusi Komoditi beras (*Marketing Channels*)**

Banyak produsen yang membuat suatu produk, tetapi tidak menjual secara langsung produknya kepada konsumen akhir (*end user*), pertimbangan biaya distribusi yang biasanya menjadi faktor utama perusahaan memilih tidak mendistribusikan produknya sendiri ke konsumen akhir, terutama untuk wilayah pemasaran yang belum tercover oleh perusahaan-perusahaan besar.

Diantara produsen dan konsumen yang terlibat dalam kegiatan distribusi komoditi beras, ada pula sekelompok perantara yang menyalurkan produk-produk komodii beras diantara mereka. Para pedagang perantara ini sering disebut dengan pelaku saluran distribusi. Secara praktis dapat dikemukakan bahwa saluran distribusi adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses membuat hasil produk dan jasa sehingga menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Pihak perantara ini umumnya yang menjadi alur lintas produk yang dibutuhkan sejak dari produsen hingga ke konsumen setelah produk pangan tersebut diproduksi.

#### **2.5.1 Sistem Saluran Distribusi**

Perantara pemasaran produk bermacam-macam dan biasanya bertingkat. Untuk tingkat pertama biasanya di tempati perwakilan wilayah yang biasanya ditangani oleh perusahaan sendiri. Kemudian ada agen tunggal yang mencakup daerah pemasaran yang lebih kecil. Perlu diingat bahwa agen juga merupakan perwakilan perusahaan yang bisa bertindak atas nama perusahaan. Selanjutnya, disusul oleh pedagang biasa yang menjual tidak hanya satu produk perusahaan. Di tingkat ini biasanya produk sudah sampai ke konsumen akhir tetapi ada juga yang

disalurkan ke tingkat yang lebih kecil lagi seperti warung-warung yang kemudian bisa dipakai langsung oleh konsumen akhir.

Selain perantara distribusi ada satu lagi perantara penting walaupun tidak melakukan penjualan langsung, namun punya andil dalam menyampaikan barang ke konsumen yaitu fasilitator seperti agen iklan, distributor, bank dan lainnya. Keputusan memilih saluran distribusi adalah salah satu keputusan penting dalam pemasaran. Saluran distribusi adalah salah satu subsistem yang menentukan keputusan pemasaran yang lainnya, seperti dalam hal penetapan harga produk (*pricing*). Ketika perusahaan memilih memasarkan produknya secara terbatas, pasti harganya pun tinggi karena adanya nilai eksklusifitas. Kondisinya berbeda ketika perusahaan memasarkan produknya secara massal yang pastinya membuat harga produk lebih murah. Perlu diingat juga saluran pemasaran tidak hanya melayani pasar tetapi juga menciptakan pasar.

## 2.6 Strategi Saluran Distribusi Pemasaran

Ada dua strategi yang sering digunakan perusahaan dalam mengelola saluran pemasaran terutama dalam penciptaan saluran pemasaran baru, yaitu **strategi dorong** (*push strategy*) dan **strategi tarik** (*pull strategy*). Pemakaian strategi ini tergantung keputusan perusahaan terutama tergantung popularitas produk perusahaan tersebut. Strategi dorong dalam pelaksanaannya adalah mencoba membujuk perantara agar mau memasarkan produknya dengan memberikan fasilitas-fasilitas tertentu misal potongan yang tinggi dalam pembelian produk. Strategi ini cocok dilakukan untuk produk yang loyalitas mereknya masih rendah dan pilihan merek dilakukan ditoko. Strategi ini cocok untuk produk baru yang mempunyai dana promosi terbatas, sehingga mencoba menggunakan saluran pemasaran yang sudah berpengalaman dalam memasarkan berbagai produk. Strategi tarik dalam pelaksanaannya adalah dengan cara perusahaan membangun positioning produk melalui promosi ke konsumen seperti iklan media cetak, elektronik atau melalui events tertentu. Sehingga dengan fokus kepada promosi akan membuat konsumen tertarik untuk mencoba. Permintaan

konsumen terhadap produk yang diiklankan biasanya menarik banyak perusahaan ingin menjadi agen atau salah satu saluran pemasarannya.

Apabila sudah demikian maka perusahaan akan mempunyai daya tawar terhadap pihak perantara. Karena banyaknya calon agen yang mengajukan sebagai perantara produk, membuat perusahaan bisa memilih calon agen yang mempunyai cakupan wilayah pemasaran yang luas sehingga produk akan cepat menyebar.

Strategi distribusi adalah hal yang perlu dipikirkan secara tepat sesuai dengan tujuan perusahaan mengenai produknya. Apakah akan dijual eksklusif atau dijual masal dengan harga rendah. Berikut tiga strategi distribusi yang sering digunakan perusahaan dalam mendistribusikan produknya.

#### 1. Distribusi Eksklusif

Distribusi efektif dalam prakteknya dilakukan dengan membatasi perantara produk demi menjaga eksklusifitas produk dan menjaga harga produk agar tetap tinggi. Biasanya ada perjanjian eksklusif antara produsen dan perantara utama sebagai pemegang lisensi. Sistem penjualannya pun sangat menjaga citra produk agar harga produk tidak turun.

#### 2. Distribusi Selektif

Strategi ini dengan menggunakan beberapa perantara yang mempunyai jangkauan pemasaran luas sehingga perusahaan tidak perlu mendirikan gerai dimana-mana karena akan berakibat tidak efisien dan akan menurunkan harga.

#### 3. Distribusi Intensif

Strategi ini menggunakan banyak perantara dalam pemasaran produk dari produsen. Pendirian banyak gerai menjadi strategi utama dalam meningkatkan penjualan produk. Konsekuensi bagi perusahaan yang memakai strategi ini harus menerima resiko perang harga antar gerai karena tiap gerai saling berkompetisi mendapatkan pelanggan dengan produk yang sama.

## 2.7 Peran Saluran Distribusi

Ada beberapa hal yang mendorong suatu perusahaan membuat keputusan mendelegasikan sebagian tugas penjualannya kepada pihak perantara atau para pelaku distribusi. Sehingga pelaku distribusi tersebut memiliki peran tertentu sedangkan pihak perusahaan juga mendapatkan keuntungan dari keputusan tersebut secara proporsial, peran tersebut berlangsung dikarenakan:

1. Banyak produsen tidak memiliki sumberdaya keuangan untuk melakukan pemasaran langsung sehingga hanya bisa fokus ke produksi
2. Para produsen yang memang mendirikan salurannya sendiri sering dapat memperoleh laba yang lebih besar dengan meningkatkan investasinya dalam bisnis utamanya dari pada mengeluarkan biaya untuk pemasaran produknya
3. Dalam beberapa kasus pemasaran langsung sama sekali tidak dapat dilakukan menjual secara eceran langsung ke konsumen

### 2.7.1 Tingkat Efektifitas Saluran Distribusi

Produsen dan konsumen memang bagian utama dari saluran pemasaran. Namun kita perlu mengetahui jumlah perantara produk hingga sampai ke konsumen sehingga dapat ditentukan tingkat salurannya. Ada dua jenis saluran pemasaran dengan masing masing dikelompokkan dalam empat tingkatan saluran yaitu :

1. Saluran pemasaran konsumen yang memiliki empat tingkatan yaitu tingkat nol, tingkat satu, tingkat dua, tingkat tiga.
2. Saluran pemasaran industri yang memiliki empat tingkatan yaitu tingkat nol, satu, dua dan tiga.

### 2.7.2 Syarat dan Tanggung Jawab Anggota Saluran Distribusi

Setiap perjanjian lisensi pasti ada persyaratan dan tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pemegang lisensi jika ingin memasarkan produk produsen. Elemen utama dalam bauran hubungan dagang adalah kebijakan harga, syarat penjualan, hak teritorial, dan jasa-jasa tertentu yang harus dilaksanakan kedua belah pihak.

1. Kebijakan harga dalam hal tingkatan diskon tiap perantara untuk memberikan laba kepada perantara
2. Syarat penjualan untuk mempermudah perantara dalam menjual produk seperti syarat pembayaran, diskon tunai dan retur produk cacat
3. Hak teritorial untuk memberikan keleluasaan perantara memasarkan produknya di suatu wilayah tanpa ada pesaing lain
4. Layanan dan tanggung jawab dimana saling mengikat kedua belah pihak seperti perantara harus mengikuti standar pelayanan produsen, memenuhi target dan sebaliknya produsen mendukung perantara melalui even-even promosi

### 2.7.3 Keputusan Manajemen Saluran Distribusi

Setelah perusahaan memilih saluran produknya, selanjutnya perusahaan harus memilih, melatih, memotivasi, dan mengevaluasi anggota saluran yang menjadi perantaranya.

1. Memilih anggota saluran

Dalam menyeleksi anggota salurannya perusahaan harus menetapkan kriteria-kriteria khusus yang membedakan perantara yang lebih baik. Kriteria itu misalnya dalam hal cakupan pemasaran, keuangan, tempat, pelayanan, dan lamanya berkecimpung di dunia bisnis.

2. Melatih anggota saluran

Sebelum perusahaan perantara memasarkan produk produsen sebaiknya produsen memberikan pelatihan kepada perusahaan perantara mengenai cara pemakaian, standar pelayanan, promosi, dan lain-lain. Tujuannya untuk menjaga citra produk dimata konsumen.

3. Memotivasi anggota saluran

Untuk meningkatkan motivasi anggota saluran distribusi, produsen perlu memberikan berbagai rangsangan dalam berbagai hal misalnya memberikan diskon atas pencapaian target atau lewat dukungan promosi, hadiah, dan lain-lain.

4. Mengevaluasi anggota saluran

Untuk menilai kinerja pemasaran apakah optimal atau tidak, harus dilakukan evaluasi terhadap anggota saluran. Untuk evaluasinya sendiri, produsen dapat membandingkan kinerja aktual anggota saluran dengan standar-standar dari perusahaan seperti dalam hal pencapaian target penjualan.

#### 5. Mengubah susunan saluran

Hasil evaluasi perlu dianalisis lebih lanjut untuk membuat keputusan diteruskan tidaknya saluran pemasaran yang dijalankan apabila kinerja saluran pemasaran dinilai kurang optimal dalam hal ini pencapaian laba, perusahaan perlu mempertimbangkan kembali.

### 2.7.4 Sistem dan Integrasi Saluran

Saluran distribusi yang ada saat ini berkembang sangat pesat dengan berbagai sistem distribusi berbeda-beda. Secara umum ada tiga sistem distribusi yang dikenal saat ini yaitu :

#### 1. Sistem distribusi vertikal

Dalam praktiknya sistem distribusi ini merupakan sistem kesatuan usaha secara vertikal dari mulai produsen, pedagang besar, dan pengecer dimana semua anggota saluran menyatu untuk memasarkan produk dengan kerjasama yang sangat rapih dari mulai produsen hingga barang sampai ke konsumen.

#### 2. Sistem distribusi Horizontal

Sistem distribusi ini merupakan sistem gabungan perusahaan yang tidak berhubungan yang melakukan kerjasama untuk memanfaatkan peluang pasar. Misalnya kerjasama dengan bank dalam hal transaksi atau pembayaran produk.

#### 3. Sistem distribusi Multi Saluran

Sistem distribusi ini merupakan sistem yang melayani berbagai segmen pelanggan. Perusahaan dikatakan memakai sistem ini apabila menggunakan dua atau lebih saluran pemasaran untuk melayani berbagai segmen pelanggan.

## 2.8 Konflik Kerjasama dan Persaingan

Dalam perjalanannya hubungan antara produsen dengan perantara dalam melaksanakan bisnis masing-masing tidak selalu berjalan mulus. Konflik antara kedua belah pihak sering terjadi dalam berbagai hal misalnya dalam hal ketidaksesuaian tujuan, peran dan hak yang tidak jelas, perbedaan persepsi, harga, promosi, pencapaian target, dan lain-lain. Dengan adanya risiko konflik seperti ini perusahaan harus bisa mengelola konflik saluran agar tidak berujung negatif dan merugikan perusahaan misalnya dengan mengadakan pertemuan kedua belah pihak untuk saling memberikan masukan yang konstruktif.

### 1. Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*)

Rantai pasok adalah sebuah rangkaian atau jaringan perusahaan yang bekerja secara bersama-sama untuk membuat dan menyalurkan produk atau jasa kepada konsumen akhir. Rangkaian atau jaringan ini terbentang dari penambang bahan mentah (di bagian hulu) sampai retailer / toko (pada bagian hilir). Sedangkan, manajemen rantai pasok berarti pengelolaan aliran antar dan diantara tahapan rantai pasok untuk memaksimalkan profitabilitas keseluruhan rantai pasok. Manajemen rantai pasokan adalah koordinasi dari bahan, informasi dan arus keuangan (pembiayaan) antar perusahaan yang berpartisipasi. Manajemen rantai pasokan bisa juga berarti seluruh jenis kegiatan komoditas dasar hingga penjualan produk akhir ke konsumen untuk mendaur ulang produk yang sudah dipakai.

- a. Arus material melibatkan arus produk fisik dari pemasok sampai konsumen melalui rantai, sama baiknya dengan arus balik dari retur produk, layanan, daur ulang dan pembuangan.
- b. Arus informasi meliputi ramalan permintaan, transmisi pesanan dan laporan status pesanan, arus ini berjalan dua arah antara konsumen akhir dan penyedia material mentah.
- c. Arus keuangan meliputi informasi kartu kredit, syarat-syarat kredit, jadwal pembayaran dalam penetapan kepemilikan dan pengiriman.

Manajemen rantai pasokan itu sendiri sangat mendukung proses bisnis dari suatu perusahaan. Apabila kita mempunyai suatu perusahaan yang terdiri dari departemen-departemen dan komponen lain, namun setiap departemen

mempunyai sistem tersendiri dan tidak bisa memberikan informasi secara realtime, maka hasil yang didapat mungkin produk itu tidak akan sesuai dengan target perusahaan dan malah dapat membuat kerugian besar bagi perusahaan.

Penerapan manajemen rantai pasokan melibatkan banyak pihak dengan kepentingan yang berbeda-beda/bertentangan, selain itu juga terkait perbedaan bahasa, zona waktu, dan budaya antar perusahaan. Masalah seperti ketidakpastian permintaan, ketidakpastian pasokan (*lead time pengiriman*, harga dan kualitas bahan baku, dll), kemudian terkait ketidakpastian internal (kerusakan mesin, kinerja mesin yang tidak sempurna, ketidakpastian kualitas produksi), juga dapat menjadi kendala didalam penerapan MRP ini.

Terdapat 3 macam komponen rantai pasokan, yaitu:

a. Rantai Pasokan Hulu/*Upstream supply chain*

Bagian upstream (hulu) *supply chain* meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para penyalurannya (yang mana dapat manufaktur, assembler, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur *second-trier*). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam upstream supply chain, aktivitas yang utama adalah pengadaan.

b. Manajemen Internal Rantai Pasokan/*Internal supply chain management*

Bagian dari internal supply chain meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masukan masuk ke dalam organisasi. Di dalam rantai suplai internal, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi, dan pengendalian persediaan.

c. Segmen Rantai Pasokan Hilir/*Downstream supply chain segment*

*Downstream* (arah muara) supply chain meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam downstream supply chain, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi, dan *after-sales-service*.

## BAB III

### KERANGKA TEORITIS

#### 3.1. Kerangka Pemikiran

Lemahnya jaringan distribusi bahan pangan pokok di Kota Probolinggo seringkali menjadi penyebab ketidaklancaran pasokan bahan pangan pokok tersebut di ting-kat kecamatan, dan kelurahan, khususnya pada daerah-daerah defisit pangan. Kondisi ini tentu akan memicu terjadinya gejolak harga bahan pangan pokok di tingkat masyarakat. Adanya beberapa daerah yang tergolong surplus dan daerah yang termasuk defisit pada berbagai kebutuhan bahan pangan pokok, menyebabkan peran distribusi pada setiap komoditi bahan pangan pokok tersebut menjadi sangat urgen dalam kegiatan perdagangan. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut maka pemetaan terhadap sistem distribusi bahan pangan pokok tersebut penting diketahui, karena hal ini dapat mempengaruhi pergerakan produk pertanian sebagai penghasil bahan pangan pokok dari daerah produsen ke daerah konsumen dalam waktu, tempat maupun jumlah yang tepat dengan biaya yang paling efisien.

Pelaksanaan distribusi bahan pangan pokok secara efektif diharapkan dapat memberi masukan bagi pemerintah Kota Probolinggo terhadap perbaikan sistem jaringan distribusi bahan pangan pokok tersebut, selain saluran distribusi menjadi bagian penting dalam proses penyampaian produk bahan pangan pokok tersebut dari produsen kepada konsumen akhir. Sebagus apa pun produknya dan segenar apa pun promosinya, tanpa saluran distribusi yang sistematis tidak akan membuat produk tersebut dikenal dan dikonsumsi oleh konsumen akhir dengan baik. Menganalisis Jaringan distribusi bahan pangan pokok terdiri dari beberapa elemen yang saling terkait dan mempengaruhi, beberapa elemen tersebut antara lain adalah *supplier*, *manufacturer*, *distributor* dan *retailer* serta pelanggan. Saat ini saluran distribusi tidak hanya bertujuan untuk mengurangi biaya tetapi lebih dari itu adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Saluran distribusi merupakan suatu jaringan dari organisasi *value chain* yang menjalankan fungsi menghubungkan barang dan jasa dengan konsumen. Kegiatan yang dilakukan oleh *intermediatry* ini pada prinsipnya akan

mengurangi hubungan langsung antara produsen dengan konsumen. Pada intinya fungsi fungsi pemasaran yang dapat dijalankan oleh suatu jaringan atau jalur distribusi adalah sebagai berikut :

#### 1. Fungsi Pertukaran

Sebagai fungsi pertukaran, saluran distribusi memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Pembelian, di dalam fungsi pembelian ini para *intermediaries* dalam hal ini pedagang besar, bertindak sebagai agen pembelian bagi para pengecernya atau pemakai industri.
- b. Penjualan, elemen yang ada pada saluran distribusi akan melakukan penjualan kepada level yang ada dibawahnya.
- c. Pengambilan Resiko, dengan adanya intermediiaries maka akan terjadi pembagian resiko terhadap transaksi yang telah dilakukan.

#### 2. Fungsi Penyediaan fisik

Fungsi penyediaan fisik dalam saluran distribusi menjadi sangat penting untuk dapat menjaga tingkat *responsiveness* di pasar. Perusahaan biasanya menjaga tingkat fungsi penunjang, saluran distribusi mempunyai fungsi sebagai berikut :

- a. Pelayanan sesudah pembelian, memberikan jaminan terhadap kenyamanan penggunaan baran tersebut setelah dibeli oleh konsumen
- b. Pembelanjaan, fungsi ini diperlukan dalam tujuan untuk memperoleh sejumlah dana dari transaksi yang terjadi.
- c. Penyebaran Informasi, melalui pemberian informasi yang berguna dan cukup bagi konsumen sehingga membantu perusahaan dalam mengurangi biaya konsumen akhir.
- d. Koordinasi Saluran, Fungsi ini sangat berkaitan dengan fungsi penyebaran informasi dan apabila terjadi komunikasi yang baik antar elemen maka akan sangat memudahkan didalam pelaksanaan penyaluran.

Strategi Distribusi sebagai elemen persaingan dalam suatu perusahaan. Observasi tentang mekanisme distribusi yang mempengaruhi perilaku konsumen di pasar tertentu menunjukkan bahwa salah satu area yang paling utama yang diharapkan perusahaan menjadi peluang dan menjadi basis keunggulan dari pesaingnya adalah Pola Distribusi Produk yang efektif.

Pendekatan Ekonomi mikro menunjukkan bahwa distribusi merupakan divisi yang luas yang dipahami dalam peredaran barang di antara masyarakat. Kegiatan distribusi ini tergantung pada sistem sosial, ekonomi dan politik yang berlaku di setiap daerah. Kegiatan distribusi mencakup juga manfaat dan dana yang dialokasikan, sekalipun dalam ekonomi pasar, distribusi diterjemahkan sebagai pertukaran barang dan uang secara tunai. Perpindahan suatu produk akan membutuhkan peralatan teknis dan material dan hubungan antara mereka sebagai dampak dari pemilihan arus barang. Kegiatan distribusi berdampak pada keputusan-keputusan yang dibuat dalam perumusan strategi perusahaan mulai pilihan metode menjual dan cara menyelesaikan produk sampai ke konsumen akhir.

Aspek waktu dan ruang menjadi hal penting pula dalam mewujudkan kuantitas dan kualitas suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen akhir. Proses penyediaan produk yang baik pada konsumen mengharuskan perusahaan melakukan sejumlah tugas yang kompleks, termasuk:

1. Pengiriman produk jadi ke penerima akhir, dengan mutu, jaminan, ketahanan dan pengemasan yang sesuai;
2. Pengurangan dalam waktu penyerahan;
3. Pengurangan Biaya Distribusi;
4. *Lead-time* yang fleksibel;
5. Memperluas layanan untuk pelanggan;

Pihak pelaku distribusi harus benar-benar memperhatikan pendekatan dalam memilih saluran distribusi dan metode penyaluran produk secara fisik, sehingga rencana penjualan dapat tercapai serta layanan kepada pelanggan dapat

terpenuhi, tentunya kegiatan ini sangat mempertimbangkan dan memperhatikan aspek biaya-biaya. Distribusi akan menjadi lebih atraktif bagi pelanggan, saat semua aktivitas yang terkait terwujud dengan baik dan juga fungsi distribusi dapat memberikan manfaat yang lebih. Dengan hal-hal tersebut, waktu dan ruang proses produksi dan konsumsi akan menjadi efektif, sehingga perbedaan permintaan dan penawaran dapat diatasi. Memastikan arus material, arus informasi dan arus keuangan tidak terganggu akan mewujudkan saluran distribusi yang efisien.

Permasalahan yang selalu muncul dalam hal pangan adalah terkait pendistribusian pangan yang masih belum memadai dari segala hal khususnya waktu dan infrastruktur. Selain itu dukungan yang menjadi salah satu kekuatan dalam pendistribusian pangan ini belakangan mengalami penurunan. Hal ini dibuktikan dari banyaknya infrastruktur khususnya yang berperan vital dalam hal pendistribusian pangan ini yang masih belum layak mulai dari moda transportasi, kurangnya jaringan distribusi, keterlambatan pasok hingga jeleknya jalur yang dilalui petani untuk pendistribusian pemasaran pangan itu sendiri.

Sulitnya pendistribusian sangat berpengaruh terhadap efektifitas serta efisiensi dalam hal distribusi di berbagai bidang pangan khususnya beras. Salah satu contohnya adalah tidak meratanya pendistribusian serta ketidakstabilan harga beras di kalangan konsumen. Hal tersebut bisa terlihat dari beberapa aspek utamanya seperti nilai margin antara saluran pemasaran terlalu tinggi, lalu pola distribusinya yang tidak beraturan serta nilai rantai distribusi dari setiap pelaku pemasaran.

Margin pemasaran sendiri adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran. Dengan kata lain bisa diinterpretasikan bahwa margin pemasaran merupakan perubahan harga antara petani dan pengecer. Semakin banyak pelaku pemasaran yang ada di dalam suatu transaksi penjualan maka selisih harga dari petani ke konsumen akan semakin besar, sebaliknya semakin sedikit rantai pemasaran dalam suatu transaksi penjualan maka selisihnya akan semakin kecil. Dalam penelitian kali ini penulis mencoba untuk menganalisa perbedaan dari

setiap rantai pemasaran mulai dari petani sebagai produsen pertama hingga konsumen.

Selain menganalisis suatu margin pemasaran, melihat stabilitas dan aksesibilitas suatu distribusi dapat dilihat dari pola distribusi yang ada pada rantai pemasaran tersebut. Pada dasarnya pola distribusi merupakan penyampaian hasil-hasil pertanian dalam hal ini beras kepada konsumen. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan terkait pola distribusi di kota Probolinggo dari petani atau produsen yang notabene penghasil produk utama dalam komoditi beras.

Saluran kedua ada pada penggiling yang dimana petani memberikan hasil pertanian yang berupa gabah ke penggilingan untuk di proses menjadi beras dan dijual. Pada rantai ini produsen memiliki tingkat selisih yang kecil dari segi profit yang diterima produsen. Dari penggiling produk yang dihasilkan menjadi beras akan di teruskan kepada tengkulak. Dalam hal ini ada beberapa pola distribusi yang terjadi di kota Probolinggo, yakni ada pola yang bergulir dari produsen lalu ke pedagang tengkulak, namun ada pula yang berawal dari produsen langsung menuju ke penggilingan. Keduanya memiliki selisih margin pemasaran sendiri yang dimana semakin besar selisihnya akan semakin sedikit profit yang dihasilkan oleh petani dan akan semakin tinggi harga yang akan diterima oleh konsumen. Jika pola distribusi dengan model dari produsen ke penggilingan memiliki selisih margin yang sedikit sehingga jika semakin sedikit margin yang dihasilkan maka akan semakin menguntungkan produsen dan konsumen.

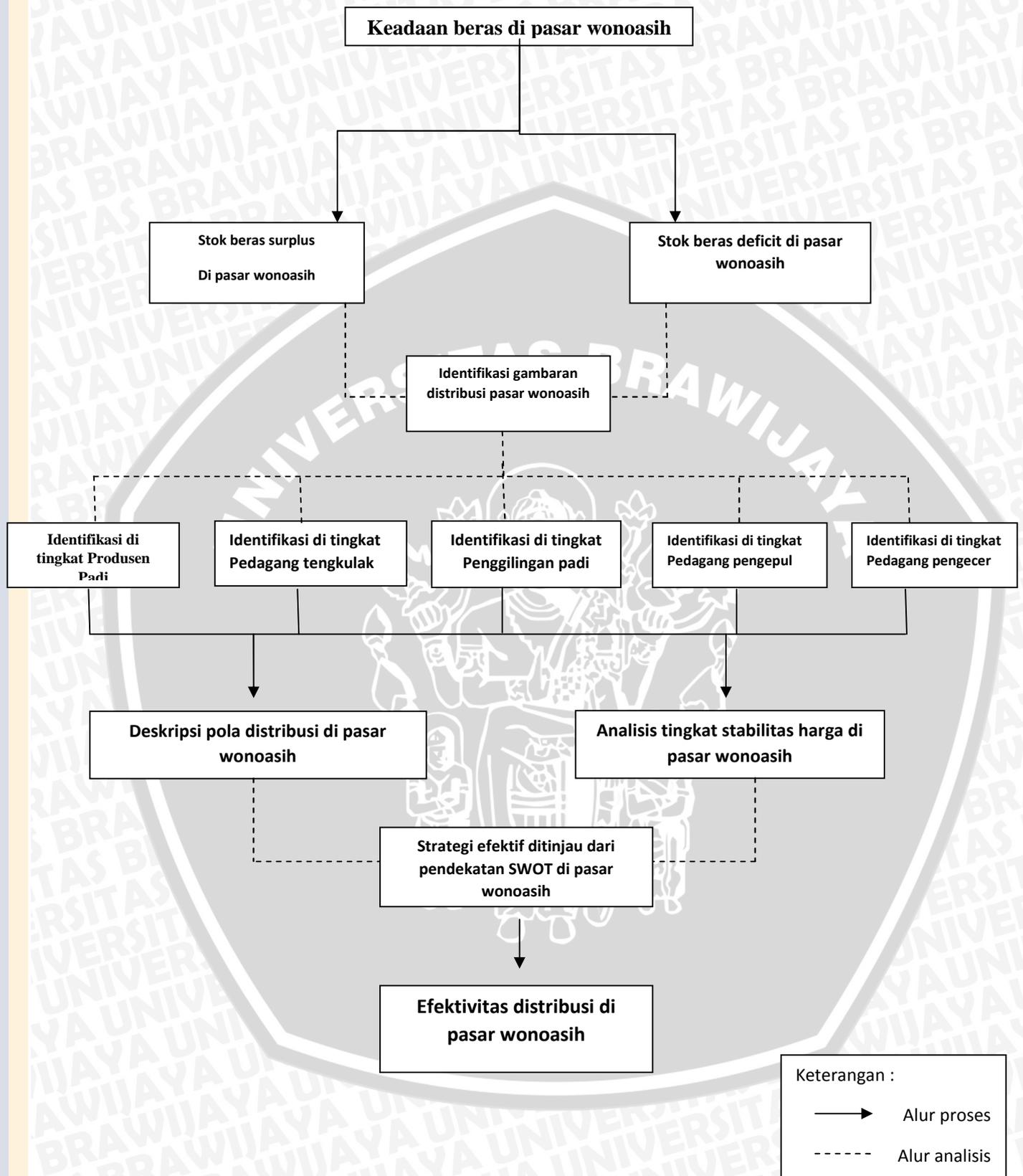
Setelah produk beras melewati penggilingan maka akan langsung di distribusikan kepada pedagang pengumpul/pengepul. Yang nantinya setelah melewati pedagang pengepul akan langsung di distribusikan kepada pedagang pengecer dan terakhir kepada konsumen.

Aspek nilai rantai distribusi merupakan salah satu aspek penting dalam melihat stabilitas harga dari produsen (petani) menuju ke saluran pemasaran terakhir (konsumen). Di kabupaten Probolinggo sendiri memiliki nilai rantai distribusi yang cukup banyak hal ini merupakan hal yang tidak efisien mengingat semakin banyak saluran pemasaran yang ada akan semakin tinggi selisih yang akan diterima oleh konsumen.

Di kota Probolinggo sendiri distribusi nilai rantai dimulai dari petani dengan harga yang sesuai dengan usahanya yang dilakukan. Lalu gabah di distribusikan menuju tengkulak dengan selisih harga yang sedikit lebih tinggi dari harga awal petani. Setelah melalui tengkulak, hasil pertanian/ gabah akan di distribusikan kepada pihak penggiling yang mana nilai dari hasil pertanian itu sendiri akan naik menjadi beras. Hal ini akan otomatis menambah nilai jual serta selisih margin dari saluran pemasaran yang pertama yaitu petani, dalam hal ini harga yang akan diterima oleh konsumen akan semakin tinggi.

Setelah melewati penggilingan, pedagang pengecer merupakan saluran pemasaran yang selanjutnya. Pedagang pengecer akan mendapatkan hasil pertanian dengan harga yang sudah jauh lebih tinggi dari petani ditambah nilai produk yang sudah lebih tinggi. Dan saluran pemasaran yang terakhir adalah konsumen sebagai penikmat hasil pertanian. Semakin panjang saluran pemasarannya maka selisih harga di awal akan sangat berbeda jauh dengan harga di akhir yang akan dinikmati oleh konsumen.

Setelah meneliti dan menganalisa tentang analisa margin, pola distribusi serta nilai rantai distribusi yang ada di kota Probolinggo, maka peneliti berusaha mencari dan menetapkan strategi yang sesuai untuk distribusi komoditi beras di kota Probolinggo. Dalam hal ini peneliti memakai pendekatan SWOT guna menemukan strategi yang cocok untuk diterapkan terkait panjangnya saluran pemasaran dan distribusi di kota Probolinggo. Pendekatan SWOT ini dinilai peneliti sangat cocok untuk melihat strategi apa yang bisa diaplikasikan terkait permasalahan distribusi yang ada. Hal ini ditinjau dari beberapa aspek terkait kelebihan produk, kelemahan produk beras di kota Probolinggo, peluang yang dapat diambil terkait keadaan yang ada serta ancaman yang bisa diantisipasi nantinya oleh pelaku pemegang keputusan. Dari beberapa gambaran diatas diharapkan nantinya akan terwujud stabilitas harga dan aksesibilitas yang memadai di kota Probolinggo. Untuk lebih jelas mengenai skema alur penelitian, bisa dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3.1 kerangka pemikiran analisis distribusi beras di kota probolinggo

### 3.2 Batasan masalah

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian ini, maka diberikan batasan-batasan yaitu :

1. Penelitian ini hanya terbatas pada satu komoditas saja yaitu beras.
2. Petani yang menjadi responden merupakan petani di desa wonoasih.
3. Perolehan data dilakukan dari bulan Juni - Agustus 2016.

### 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### 3.3.1 Definisi operasional

Berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta definisi operasional dan pengukurannya yang dapat dilihat pada Tabel 3.1:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi operasional	Pengukuran variabel
Margin pemasaran	Selisih harga antar saluran pemasaran dari produsen ke konsumen	Perbedaan dan selisih harga komoditi beras di kota Probolinggo
Pola distribusi	Tipe dan model distribusi komoditi beras menurut saluran pemasarannya	Jarak saluran pemasaran yang semakin sedikit
Nilai rantai distribusi	Perbedaan selisih nilai dari produsen ke konsumen	Selisih nilai dan rupiah komoditi beras di kecamatan wonoasih kota Probolinggo
Petani beras	Produsen komoditi beras di desa wonoasih	-
Penggiling	Pelaku saluran pemasaran kedua setelah petani yang bertugas merubah nilai dari gabah menjadi beras di desa wonoasih	-
Tengkulak	Pelaku saluran pemasaran	-

	ke tiga setelah penggiling di desa wonoasih	
Pengepul	Pedagang sekaligus pelaku saluran pemasaran ke empat di kecamatan wonoasih	-
Pengecer	Saluran pemasaran terakhir sebelum menuju ke konsumen di kecamatan wonoasih	-
Aksesibilitas	Kemudahan masyarakat serta petani untuk mendapatkan bahan baku dan beras	Terjangkaunya konsumen dan petani untuk mendapatkan produk hasil pertanian dan bahan baku di kecamatan wono asih kota Probolinggo

## BAB IV

### METODOLOGI

#### 4.1 Jenis Penelitian dan Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu memetakan pola distribusi komoditi beras, serta nilai margin distribusi komoditi beras yang diperoleh dari setiap pelaku distribusi. Penelitian ini dilaksanakan di kelurahan Wonoasih, kecamatan Wonoasih, Kota Probolinggo, Provinsi Jawa Timur. Lokasi ini dipilih berkaitan dengan proses distribusi yang tidak berjalan dengan baik di kelurahan Wonoasih dan di pasar induknya. Jenis data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Sementara untuk data sekunder dikumpulkan dari berbagai dinas/instansi terkait seperti Dinas Pertanian, Tanaman Pangan, Dinas Perdagangan dan Koperasi, BPS serta literatur dan berbagai referensi yang relevan dengan kegiatan penelitian ini. Penelitian dilaksanakan selama 14 hari di bulan juni 2016.

#### 4.2 Metode Penentuan Responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah petani produsen, pengolah, pedagang produk komoditi beras, pedagang perantara, serta pihak yang terkait dalam proses distribusi produk pangan pokok lainnya. Sample Non Petani (pengolah dan pedagang) diambil secara Snowball, dengan menggunakan Informan kunci yaitu bapak supriyono. Sample keseluruhan berjumlah 20 orang dengan rincian petani produsen berjumlah 9 orang, tengkulak berjumlah 3 orang, penggiling padi berjumlah 3 orang, pedagang pengepul berjumlah 3 orang, dan pedagang pengecer berjumlah 2 orang. Jumlah tersebut dianggap sudah mewakili keperluan data untuk penelitian ini.

#### 4.3 Metode Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi, dan wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (*questionnaire*), sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa literatur dan instansi terkait dalam penelitian ini.

#### 4.4 Metode Analisis Data

Kegiatan analisis data dalam pemetaan sistem distribusi komoditi beras ini meliputi komoditi yang paling banyak berlangsung di pasar-pasar yang ada di Kota Probolinggo, komoditi tersebut antara lain beras, lebih lanjut untuk komoditi beras yang ada dilakukan sebagai berikut:

##### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisa yang menggambarkan atau melukiskan suatu keadaan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta empiris yang tampak sebagaimana adanya. Dalam penelitian deskriptif data yang telah terkumpul, diklasifikasikan menjadi dua kelompok data, yaitu kuantitatif yang berbentuk angka-angka dan data kualitatif yang dinyatakan dalam kata-kata atau simbol.

Prosedur ini digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk yang lebih informatif agar mudah dipahami, dengan mencari proporsi (persentase) menggunakan distribusi frekuensi yang diperoleh berdasarkan data hasil penelitian. Dari hasil persentase yang diperoleh kemudian diklasifikasikan atau dipetakan untuk memperoleh kesimpulan data penelitian.

##### 2. Analisis Margin Distribusi

Margin distribusi merupakan selisih harga dari dua atau lebih tingkat rantai pemasaran, atau antara harga ditingkat produsen dan harga eceran ditingkat konsumen. Margin distribusi hanya merepresentasikan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen, tetapi tidak menunjukkan jumlah kuantitas pemasaran produk.

Ada tiga metode untuk menghitung margin distribusi, yaitu dengan menganalisis saluran pemasaran dari setiap komoditi yang ada, kemudian membandingkan harga pada berbagai tingkat pemasaran yang berbeda, dan mengumpulkan data penjualan serta pembelian kotor setiap jenis pedagang masing-masing komoditi. Dalam penelitian ini margin pemasaran dihitung

sebagai selisih antara harga jual produk di tingkat produsen dengan harga jual produk pangan di tingkat pengecer. Untuk mengetahui nilai margin distribusi pada setiap pelaku distribusi, digunakan rumus margin distribusi sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :  
 $M_p$  = Marjin distribusi  
 $P_f$  = Harga tingkat produsen  
 $P_r$  = Harga tingkat konsumen

Keuntungan lembaga distribusi

$$K_i = H_{ji} - H_{bi} - B_{pi} \quad \dots\dots\dots 3)$$

Keterangan :  
 $H_{ji}$  = Harga jual lembaga distribusi ke-i  
 $H_{bi}$  = Harga beli lembaga distribusi ke-i  
 $B_{pi}$  = Biaya pemasaran lembaga distribusi ke-i

Ada 4 Jenis analisis untuk mengetahui margin distribusi, yaitu :

- a. Analisis margin distribusi, digunakan untuk mengukur keuntungan dari pihak-pihak yang terlibat dalam proses distribusi produk pangan.
- b.

$$M_p = P_r - P_f \quad \dots\dots\dots 4)$$

Keterangan :  $M_p$  = Margin pemasaran (Rp/ton) ;  
 $P_r$  = harga konsumen (Rp/ton);  
 $P_f$  = harga produsen (Rp/ton).

- c. *Share* harga yang diterima petani, merupakan persentase dari keuntungan yang diterima petani produsen.

$$SP_f = P_f / R \quad \dots\dots\dots 5)$$



Keterangan :

Spf = *Share* harga di tingkat petani ;  
 Pf = harga di tingkat petani ; P  
 r = harga tingkat konsumen.

d. *Share* biaya pemasaran dan *Share* keuntungan.

$$S_{bi} = (b_i/P_r) \times 100\% \quad S_{ki} = (k_i/P_r) \times 100\% \quad \dots\dots\dots 6)$$

Keterangan :

S<sub>ki</sub> = *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke p,  
 S<sub>bi</sub> = *Share* biaya pemasaran ke i.

e. Distribusi Margin Pemasaran

$$DM = (M_i/M_{tot}) \times 100\% \quad \dots\dots\dots 7)$$

Keterangan :

DM = Distribusi Margin  
 M<sub>i</sub> = Margin pemasaran kelompok lembaga pemasaran  
 i = 1 (pedagang, pengumpul) ; 1=2 (pedagang pengecer)

$$M_{tot} = M_1 + M_2 \quad \dots\dots\dots 8)$$

### 3. Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Komoditi beras

Untuk menganalisis akses pangan masyarakat di Kota Probolinggo akan dianalisis dengan menggunakan analisis akses pangan. Dalam melakukan pengolahan data indikator akses pangan diperlukan langkah langkah sebagai berikut :

- a. Untuk melihat tingkatan dari setiap indikator (secara individu) maka dibuat *range* yang ditetapkan oleh pihak-pihak yang berkompeten. Nilai *range* berkisar antara 0 – 100%, kecuali untuk ketersediaan pangan nilainya <0,5 - >1,5.
- b. Berdasarkan *range* yang telah ditetapkan dilakukan pengkategorian mulai dari sangat rendah sampai dengan sangat tinggi (kategori menggunakan istilah kondisi akses pangan). Untuk mengetahui kondisi akses pangan maka semua indikator individu dikompositkan/digabung. Caranya adalah dengan



memberikan skoring pada setiap indikator individu ke dalam skala 1 sampai

6. Dengan skoring sebagai berikut :

1 = akses pangan sangat rendah 4 = akses pangan cukup tinggi

2 = akses pangan rendah 5 = akses pangan tinggi

3 = akses pangan cukup rendah 6 = akses pangan sangat tinggi

Kemudian nilai skoring setiap indikator dirata-rata sehingga diperoleh nilai skoring gabungan (akses pangan komposit).

- c. Kondisi akses pangan dibagi dalam 6 tingkatan mulai dari sangat rendah – rendah – cukup rendah – cukup tinggi – tinggi – sangat tinggi berdasarkan nilai skoring komposit.

Tabel 4.1 *Range* Indikator Analisis Akses Pangan

Standar	Indikator	Range	Kondisi Akses Pangan	Skoring
Akses Fisik	1. Rasio konsumsi normative per kapita terhadap ketersediaan bersih sereal dan umbi-umbian	$\geq 1,5$	Sangat rendah	1
		1,25 – 1,49	Rendah	2
		1 – 1,24	Cukup rendah	3
		0,75 – 0,99	Cukup tinggi	4
		0,5 – 0,74	Tinggi	5
		$< 0,5$	Sangat tinggi	6
	2. Persentase jalan yang tidak dapat dilalui kendaraan roda empat	$\geq 30\%$	Sangat rendah	1
		25% - 29%	Rendah	2
		20% - 24%	Cukup rendah	3
		15% - 19%	Cukup tinggi	4
		10% - 14%	Tinggi	5
		$< 10\%$	Sangat tinggi	6
	3. Persentase desa yang tidak memiliki pasar dan jarak terdekat ke pasar $>3$ km		Sangat rendah	1
			Rendah	2
			Cukup rendah	3
		Cukup tinggi	4	
		Tinggi	5	
		Sangat tinggi	6	
Akses Ekonomi	4. Persentase penduduk hidup di bawah garis kemiskinan	$\geq 35\%$	Sangat rendah	1
		25% - 34%	Rendah	2
		20% - 24%	Cukup rendah	3
		15% - 19%	Cukup tinggi	4
		10% - 14%	Tinggi	5
		$< 10\%$	Sangat tinggi	6
5. Persentase penduduk yang bekerja $< 36$ jam per minggu	$\geq 50\%$	Sangat rendah	1	
	40% - 49%	Rendah	2	
	30% - 39%	Cukup rendah	3	
	20% - 29%	Cukup tinggi	4	

		10% -19%	Tinggi	5
		< 10%	Sangat tinggi	6
<i>sambungan</i>				
	6. Produk Domestik Regional	< \$365	Sangat rendah	1
	Bruto (PDRB) ekonomi	\$365	Rendah	2
	kerakyatan per kapita	\$730	Cukup rendah	3
		\$1095	Cukup tinggi	4
		\$1460	Tinggi	5
		>= \$2190	Sangat tinggi	6
	7. Persentase penduduk yang	>= 50%	Sangat rendah	1
	tidak tama pendidikan dasar	40% - 49%	Rendah	2
<b>Akses Sosial</b>	(SD)	30% - 39%	Cukup rendah	3
		20% - 29%	Cukup tinggi	4
		10% - 19%	Tinggi	5
		< 10%	Sangat tinggi	6

Sumber: Data Primer diolah, 2016

#### 4. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menelaah potensi, masalah, kesempatan dan kendala yang berhubungan dengan pengembangan sistem distribusi komoditi beras sehingga dapat digunakan untuk menentukan jenis-jenis komoditi yang diprioritaskan dalam pengembangan sistem distribusi komoditi beras. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui dan memprioritaskan jenis komoditi beras yang menjadi prioritas di Kota Probolinggo. Analisis SWOT menggunakan matriks sebagai berikut:

Tabel 4.2 Analisis SWOT

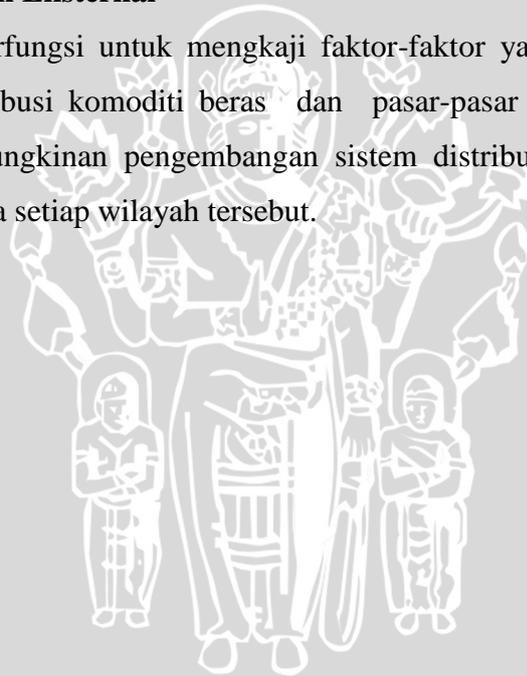
<b>Internal Audit</b> <b>Eksternal</b> <b>Environment</b>	<b>Strength (S)</b> Kekuatan	<b>Weakness (W)</b> Kelemahan
	<b>Opportunity (O)</b> Kesempatan	<b>WO</b>
<b>Threat (T)</b> Ancaman	<b>ST</b>	<b>WT</b>

Keterangan:

- a. SO, memanfaatkan Kekuatan (S) secara maksimal untuk meraih Peluang
- b. ST, memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal untuk mengantisipasi/menghadapi ancaman (T) dan berusaha secara maksimal menjadikan ancaman menjadi peluang.
- c. WO, meminimalkan Kelemahan (W) untuk meraih Peluang (O).
- d. WT, meminimalkan Kelemahan (W) untuk menghindari secara lebih baik dari ancaman secara maksimal untuk mengantisipasi atau menghadapi ancaman (T) dan berusaha secara maksimal menjadikan ancaman menjadi peluang.
- e. WO, meminimalkan Kelemahan (W) untuk meraih Peluang (O).
- f. WT, meminimalkan Kelemahan (W) untuk menghindari ancaman (T).

#### 5. Analisa Internal dan Eksternal

Analisa ini berfungsi untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan distribusi komoditi beras dan pasar-pasar yang ada di setiap wilayah, serta kemungkinan pengembangan sistem distribusi komoditi beras yang disediakan pada setiap wilayah tersebut.



## BAB V

### GAMBARAN DAERAH UMUM

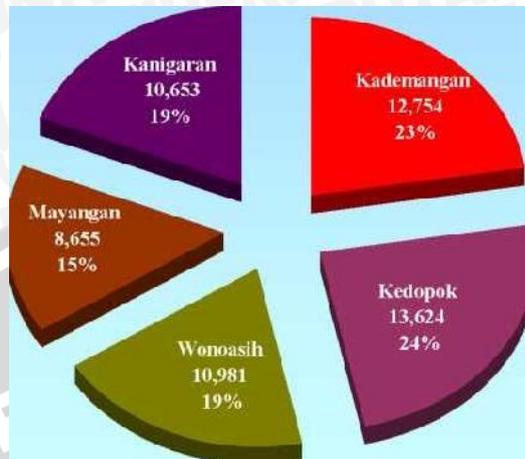
#### 5.1 Letak Geografis dan Batas Administrasi

Kota Probolinggo adalah salah satu kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Letak Kota Probolinggo berada pada  $7^{\circ}43'41''$  -  $7^{\circ}49'04''$  Lintang Selatan dan  $113^{\circ}10'$  -  $113^{\circ}15'$  Bujur Timur, dengan rata-rata ketinggian 10 meter di atas permukaan laut. Batas wilayah Kota Probolinggo, di sebelah utara berbatasan dengan Selat Madura, di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Dringu, di sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Leces, Kecamatan Wonomerto, Kecamatan Bantaran dan Kecamatan Sumberasih, yang ketiganya masuk wilayah Kabupaten Probolinggo, sedangkan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Sumberasih wilayah Kabupaten Probolinggo. Luas wilayah Kota Probolinggo  $56,667 \text{ Km}^2$ , terbagi menjadi 5 kecamatan dan 29 kelurahan.

Menurut data dari Dinas Pertanian, luas potensi lahan Kota Probolinggo tercatat 5.666,70 Ha, pada tahun 2015 terdiri dari lahan sawah sebesar 1.832,00 Ha (32,33%), lahan bukan sawah untuk pertanian 928,33 Ha (16,38%) dan lahan bukan pertanian 2.906,72 Ha (51,29%). Wilayah Kota Probolinggo dialiri oleh 6 (enam) sungai, yaitu Sungai Kedunggaleng, Umbul, Banger, Legundi, Kasbah dan Pancur. Dengan rata-rata panjang aliran 3,80 Km, yang terpanjang adalah Sungai Legundi dengan panjang aliran 5,439 Km dan yang terpendek adalah Sungai Kasbah dengan panjang aliran hanya 2,037 Km. Sungai-sungai tersebut mengalir sepanjang tahun, mengalir dari arah selatan ke utara sesuai dengan kelerengan wilayah.

Seperti daerah-daerah lainnya di Indonesia, Kota Probolinggo mempunyai dua musim yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Angin yang tidak mengandung uap air bertiup dari Australia mengakibatkan musim kemarau. Jumlah curah hujan pada tahun 2015 lebih tinggi dibanding tahun 2014. Musim kering yang terjadi pada bulan Juli sampai dengan Oktober di Kota Probolinggo

berpengaruh terjadinya angin kering yang bertiup cukup kencang dari arah tenggara ke barat laut, angin ini populer dengan sebutan Angin Gending.



Gambar 5.1 Luas Wilayah menurut Kecamatan km<sup>2</sup> 2014

Sumber: BPS Kota Probolinggo 2015

Untuk lebih jelasnya, pembagian Kota Probolinggo secara administrasi ini dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut:

Tabel 5.1 Nama-nama kecamatan atau kelurahan, luas lahan dan jumlah RW dan RT di kota Probolinggo

No.	Kecamatan/Kelurahan	Luas Lahan	RW	RT
<b>1.</b>	<b>Kecamatan Mayangan</b>			
	1. Jati	1.246	8	53
	2. Sukabumi	1.487	7	48
	3. Mangunharjo	3.455	16	90
	4. Mayangan	1.276	16	34
<b>2.</b>	<b>Kecamatan Kademangan</b>			
	1. Kademangan	2.130	7	31
	2. Pohsangit Kidul	1.655	5	18
	3. Pilang	3.068	4	18
	4. Triwung Lor	2.051	5	26
<b>3.</b>	<b>Kecamatan Wonoasih</b>			
	1. Wonoasih	0,843	4	27
	2. Jrebeng Kidul	1.970	7	31
	3. Pakistaji	1.855	7	30
	4. Kedunggaleng	1.298	5	17
	5. Kedung asem	3.145	11	34
	6. Sumber Taman	1.870	8	4
<b>4.</b>	<b>Kecamatan Kanigaran</b>			
	1. Curah Grinting	1.369	4	14

	2. Kanigaran	3.427	4	84
	3. Kebonsari Wetan	0,976	4	20
	4. Sukoharjo	0,944	6	32
	5. Kebonsari Kulon	1.588	17	65
	6. Tisnonegaran	2.479	6	24
<b>5.</b>	<b>Kecamatan Kedupok</b>			
	1. Jrebeng Lor	2.866	11	32
	2. Jrebeng Wetan	0,905	2	14
	3. Kedupok	1.102	4	27
	4. Sumber Wetan	4.876	6	24
	5. Jrebeng Kulon	1.530	4	39
	6. KarengLor	2.345	5	22

Sumber: BPS Kota Probolinggo 2016

Kota Probolinggo memiliki tugu sebagai lambang dengan nama “Bayuangga”, kepanjangan dari kata “*bayu*” (Angin Gending yang hanya terjadi di Probolinggo dan bertiup setiap bulan Juli- September), dan “*anggur dan mangga*”. Namun akhir-akhir ini ternyata produksi kedua buah yang menjadi unggulan Kota Probolinggo ini mengalami penurunan karena terkena serangan hama dan penyakit, dan penyakit, hingga saat ini tampaknya belum diketemukan pola penanganan yang efektif, sehingga baik pemerintah kota maupun para petani belum memiliki pola pemberantasan hama yang efektif untuk menanggulangi wabah tersebut.

## 5.2 Aspek Fisik Dasar

### 5.2.1 Topografi

Kota Probolinggo secara umum terletak pada ketinggian 0 (nol) meter sampai dengan kurang dari 50 meter dari atas permukaan laut. Ketinggian daratan pada kota Probolinggo semakin ke wilayah selatan semakin tinggi, dan rata-rata ketinggian mencapai lebih kurang 4 meter. Namun demikian seluruh wilayah di kota Probolinggo umumnya bertopografi datar dan landai dengan tingkat kemiringan antara 0 – 2 %.

### 5.2.2 Geologi dan Jenis Tanah

Keadaan geologi wilayah Kota Probolinggo dibentuk dari bahan induk batuan vulkanik dan zaman quarter muda (*young quarter nary volcanic product*)

dengan luas 3.766,8 Ha atau 66,47 % yang terdapat pada bagian tengah dan selatan wilayah kota, serta dibentuk dari bahan batuan endapan (*Alluvium*) dengan luas 1.889,0 Ha atau sebesar 33,53 % yang berada pada bagian utara wilayah kota dan sebagian kecil di tenggara (kelurahan Kedung Asem). Jenis tanah di wilayah Kota Probolinggo terdiri dari :

1. Aluvial hidromorf seluas 466,875 Ha atau 8,24 % terletak di sepanjang pantai/hutan mangrove,
2. Aluvial kelabu tua 1.600,050 Ha atau 28,24%,
3. Aluvial coklat kekelabuan 3.314,025 Ha atau 58,48 %, dan
4. Regosol coklat 73,125 Ha atau 1,29% (terletak di Kelurahan Sukoharjo 30,150 Ha dan Sumber Taman 40,975 Ha),
  - a. Jenis tanah komplek Grumosol Hitam dan Litosol seluas 212,625 Ha atau 3,75% yang terletak di ujung selatan wilayah kota (Kelurahan Sumber Wetan dan Kareng Lor)
  - b. Jenis tanah Aluvial (jenis tanah terluas) merupakan jenis tanah yang sangat baik untuk pengembangan pertanian karena tersedia cukup mineral yang diperlukan oleh tumbuh-tumbuhan, apabila digunakan untuk bangunan, tanah ini mempunyai daya tahan yang kuat karena merupakan endapan tanah liat yang bercampur pasir halus.

Secara umum, kondisi dan struktur tanah di wilayah Kota Probolinggo tergolong cukup produktif untuk ditanami berbagai jenis tanaman. Baik tidaknya struktur tanah tersebut hal ini dipengaruhi oleh pengairan yang cukup, sehingga memungkinkan pengembangan lahan sawah untuk tanaman pangan maupun tanaman hortikultura, seperti tanaman mangga, anggur dan tanaman bawang merah yang merupakan komoditi unggulan.

### 5.2.3 Hidrologi

Wilayah kota Probolinggo terdapat enam (6) sungai, yaitu: sungai Kedunggaleng, sungai Umbul, sungai Banger, sungai Legundi, sungai Kasbah, sungai Pancur. Sungai-sungai tersebut mengalir sepanjang tahun, mengalir kearah selatan ke utara sesuai dengan kelerengan wilayah. Untuk keperluan usaha pertanian, disamping memanfaatkan aliran air sungai yang berasal dari

hulu juga dari beberapa sumber mata air yang ada di Kota Probolinggo yakni sumber air Langse, Pilang Renes, Kareng, Grinting, Ardi, Sentong, Taman Pacar, dan sumber Jedingan mempunyai andil cukup besar sebagai pemasuk air irigasi untuk sawah teknis.

Air tanah di Kota Probolinggo, umumnya tergolong jernih, tidak berbau. Penduduk yang belum mendapat fasilitas air ledeng/PDAM umumnya menggunakan air tanah sebagai sumber air minum dengan menggali sumur atau sumur pompa, sedangkan kedalaman air tanah beragam antara 3 sampai 12 meter, semakin keselatan kedalamannya semakin tinggi.

#### 5.2.4 Klimatologi

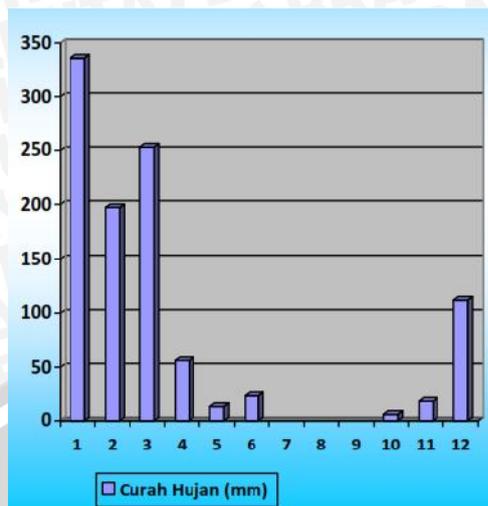
Iklim dalam hal ini berupa temperatur, curah hujan, hari hujan, angin dan lainnya tentunya sangat berpengaruh terhadap kehidupan tanaman. Iklim dapat ditinjau dari beberapa aspek, yaitu:

##### 1. Temperatur (suhu)

Daerah-daerah di Indonesia memiliki keadaan suhu maksimum dan minimum selama satu tahun dan perbedaan selama satu tahun tersebut relatif sangat kecil. Oleh karena itu yang menentukan adalah suhu rata-rata dalam setahun yang optimum ditentukan dengan tinggi di atas permukaan laut. Ketinggian Daerah Kota Probolinggo rata-rata lebih kurang 4 meter dari permukaan laut, dan mempunyai suhu minimum  $26^{\circ}\text{C}$ , serta suhu maksimum  $32^{\circ}\text{C}$  dengan kelembaban udara berkisar 85%.

##### 2. Curah hujan

Keadaan volume curah hujan sangat mempengaruhi pertumbuhan tanaman dan proses produksi pembentukan bunga dan buah. Pada dasarnya curah hujan hanya diperlukan pada waktu tidak musim pembungaan, yaitu pada masa pertumbuhan vegetatif untuk memacu pertumbuhan cabang, ranting dan tunas baru. Curah hujan yang sedikit pada musim bunga sangatlah diperlukan, hal ini karena akan menciptakan udara sejuk tapi tidak lembab, kalau tidak terjadi hujan dalam waktu yang lama, maka dibutuhkan pengairan yang baik guna menjaga kadar air tanah yang stabil.



Gambar 5.2. Jumlah Curah Hujan di Stasiun Hujan Probolinggo 2015  
 Sumber: Dinas Pekerjaan umum Kota Probolinggo



Dari sumber data hasil pengamatan oleh Dinas Pekerjaan Umum pada Sub Dinas Pengairan, dapat diketahui gambaran rata-rata jumlah curah hujan pada 4 (empat) stasiun pemantauan hujan yang terdapat di Kota Probolinggo, bahwa curah hujan dan hari hujan menunjukkan angka yang tergolong sedang.

### **5.3. Aspek Pemanfaatan dan Penggunaan Lahan**

#### **5.3.1 Jenis dan Kemampuan Tanah**

Jenis tanah yang terdapat di Kota Probolinggo adalah Aluvial hidromorf, Komplek Grumosol Hitam, dan Litosol. Jenis tanah Aluvial, merupakan jenis tanah yang mendominasi Kota Probolinggo sekitar lebih kurang 95%, jenis tanah ini sangat baik bagi pengembangan pertanian, karena kandungannya tersedia cukup mineral yang sangat diperlukan oleh tumbuh-tumbuhan. Jenis tanah ini jika digunakan untuk bangunan akan sangat bagus karena jenis ini mempunyai daya tahan yang kuat.

#### **5.4. Pemerintahan**

Luas wilayah administrasi Kota Probolinggo saat ini mencapai seluas 56,667 km<sup>2</sup>, terbagi dalam 5 (lima) kecamatan, yaitu Kecamatan Mayangan dengan 5 kelurahan, memiliki luas 8,655 km<sup>2</sup>, Kecamatan Kanigaran dengan 6 kelurahan, memiliki luas 12,754 km<sup>2</sup>; Kecamatan Kademangan dengan 6 kelurahan memiliki luas 10,981 km<sup>2</sup>, Kecamatan Wonoasih dengan 6 kelurahan seluas 10,683 km<sup>2</sup>, serta Kecamatan Kedopok dengan 6 kelurahan memiliki luas 14,352 km<sup>2</sup>, dengan dipimpin oleh seorang Walikota. Dalam melaksanakan fungsi dan tugas-tugas pemerintahan tentunya tetap berpedoman pada visi dan misi pemba-ngunan daerah yang diaplikasikan dalam tugas pokok dan fungsi (tupoksi) masing-masing Dinas/Badan/Kantor yang ada di setiap lingkup wilayah administrasi terkecil yang dibantu oleh 5 (lima) Camat dan 29 Lurah. Selain itu juga terdapat 119 pejabat struktural dan 300 staf yang merupakan ujung tombak pelaksana pembangunan di wilayah Kota Probolinggo.

## 5.5 Penduduk dan Tenaga Kerja

### 5.5.1 Penduduk

Jumlah penduduk Kota Probolinggo akhir tahun 2012 hasil registrasi penduduk, menurut Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil tercatat sebesar 219.139 jiwa. Persentase terbesar di Kecamatan Mayangan sebesar 27,6 persen, disusul Kanigaran 25,5 persen, Kademangan sebesar 17,8 persen, Wonoasih sebesar 14,8 persen dan Kedopok sebesar 14,3 persen. Bila dilihat dari status kewarganegaraan, hanya 0,017 persen atau sebesar 38 jiwa yang berkewarganegaraan asing (WNA) dari total penduduk Kota Probolinggo.

*Sex ratio* pada akhir tahun 2015 sebesar 98,62%, angka ini berarti dari 100 penduduk perempuan terdapat 99 penduduk laki-laki. Apabila ditinjau per kecamatan maka *sex ratio* Kecamatan Kademangan, Kedopok, Wonoasih, Mayangan dan Kanigaran sebesar 98,4; 99,5; 99,4; 97,8 dan 98,7%. Jumlah kelahiran yang tercatat pada tahun 2015 sebesar 2.756 jiwa, jumlah kematian sebesar 1.752 jiwa dan penduduk migrasi yang masuk 5.619 orang, sedangkan yang keluar 5.545 orang.

Hasil register penduduk pada akhir tahun 2010 tercatat jumlah penduduk Kota Probolinggo sebanyak 218.061 jiwa. Persentase jumlah penduduk terbesar berada di kecamatan Mayangan sebesar 27,94% disusul Kecamatan Kanigaran sebesar 25,49%, Kecamatan Kademangan sebesar 17,55%, Kecamatan Wonoasih 14,86%, dan Kecamatan Kedupok sebesar 14,16%. Komposisi jumlah penduduk laki-laki dan perempuan di Kota Probolinggo atau *sex ratio* pada tahun 2015 mencapai sebesar 98,71%. Angka ini berarti dari 100 penduduk perempuan terdapat 99 penduduk laki-laki. Jumlah tersebut memberi gambaran tidak terlalu berbeda antara jumlah penduduk pria dan wanita. Apabila *Sex Ratio* ditinjau berdasarkan yang tinggal di setiap kecamatan, maka *Sex Ratio* untuk Kecamatan Mayangan menunjukkan angka sebesar 97,9% dan Kecamatan Kanigaran menunjukkan angka sebesar 99,2%, sedangkan Kecamatan Kademangan, Kecamatan Wonoasih dan Kecamatan Kedupok masing-masing menunjukkan nilai sebesar 98,3%; 99,6% dan 99,2%.

Kepadatan penduduk di Kota Probolinggo tahun 2015 sebesar 4.657 per Km<sup>2</sup>. Kecamatan Mayangan memiliki kepadatan penduduk terbesar yakni 7.715 per Km persegi disusul Kecamatan Kanigaran 4.992 per Km<sup>2</sup>, Kecamatan Wonoasih 5.411 km<sup>2</sup>, Kecamatan Kademangan 3.041 per km<sup>2</sup> dan kecamatan Kedopok 2.130 per km<sup>2</sup>. Apabila jumlah keluarga dikaitkan dengan jumlah penduduk tahun 2015 jumlah penduduk dalam satu keluarga terdapat 3-4 anggota rumah tangga.

Penduduk Kota Probolinggo dilihat berdasarkan status kewarganegaraan yang mereka anut, ternyata jumlah penduduk pendatang yang terdapat di Kota Probolinggo ternyata tidak terlalu besar yakni hanya 0,22% atau sebesar 33 jiwa yang berkewarganegaraan asing (WNA) dari total penduduk Kota Probolinggo, sedangkan sebagian besar jumlah penduduk adalah Warga Negara Indonesia dari suku Madura dan Jawa. Bahasa sehari-hari yang digunakan dalam suasana formal adalah bahasa Indonesia, namun dialek bahasa Madura dan bahasa Jawa sering digunakan sehari-hari sebagai bahasa keluarga maupun dalam berkomunikasi di pasar.

## 5.6 Sosial

### 5.6.1 Pendidikan

Berdasarkan data yang bersumber dari Dinas Pendidikan Kota Probolinggo dan data dari Departemen Agama Kota Probolinggo, tercatat banyaknya murid sekolah yang terdaftar pada tahun ajaran 2007/2008 mulai dari Pra Sekolah (TK) hingga Perguruan Tinggi di Kota Probolinggo berjumlah 53.104 orang. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 35% bila dibandingkan dengan jumlah murid pada tahun ajaran 2006/2007 (50.584 orang), dan pada tahun 2014/2015 sebesar 86.118. Dari jumlah murid 53.104 orang, komposisi murid TK sebanyak 4.810 siswa (9,06%), murid SD/MI sebanyak 25.368 siswa (47,78%), murid SLTP/MTs sebanyak 11.234 siswa (21,15%), murid SLTA/Aliyah termasuk SMK sebanyak 11.455 siswa (21,57%) dan Mahasiswa Perguruan Tinggi/Akademi sebanyak 237 mahasiswa (0,44%).

### 5.6.2 Kesehatan

Baik buruknya tingkat kesehatan di wilayah Kota Probolinggo tergantung juga dari komitmen bersama dari semua sektor yang terlibat. Peningkatan pelayanan kesehatan tidak terlepas dari ketersediaan sarana dan prasarana kesehatan yang memadai. Menurut data dari Dinas Kesehatan tahun 2015, Kota Probolinggo memiliki 5 rumah sakit, 6 Puskesmas, 20 Puskesmas Pembantu, 16 Balai Pengobatan/Pos Kesehatan/BKIA ABRI/ Swasta dan 21 Apotik. Diharapkan dengan tersedia pusat-pusat pelayanan kesehatan masyarakat, maka akan dapat membantu dalam menekan angka penderita di wilayah Kota Probolinggo.

Dari data yang terhimpun oleh BPS tahun 2015, bahwa 411.252 orang jumlah penderita di tahun 2015 sebanyak 35,07% berobat ke rumah sakit pemerintah, dan 62,43% berobat ke Puskesmas/Puskesmas Pembantu, atau bisa dikatakan dari keseluruhan jumlah penderita, sebanyak 97,50% dari jumlah penderita masih merujuk ke tempat pengobatan yang relatif murah. Artinya peranan Pemerintah Daerah masih sangat diperlukan dalam menyokong biaya pengobatan yang relatif tidak terjangkau oleh masyarakat menengah ke bawah.

Jumlah pendonor pada tahun 2015 terbagi dalam Donor Sukarela sebanyak 4.727 orang (88,24%) dan Donor Pengganti sebanyak 630 orang (12,76%). Pendonor terbanyak terdapat pada pendonor golongan darah O disusul pendonor golongan darah B sebanyak 837 orang, kemudian pendonor golongan darah A dan yang paling sedikit adalah pendonor golongan darah AB.

Demikian pula dengan jumlah pengguna alat kontrasepsi naik bila dibandingkan dengan pengguna alat kontrasepsi tahun 2014, dimana pada tahun 2015 berjumlah 11.533 pasangan, sedangkan tahun 2014 berjumlah 9.866 pasangan. Pilihan pengguna alat kontrasepsi yang paling tinggi adalah penggunaan alat keluarga berencana berupa suntik, pil, susuk, IUD dan sisanya menggunakan cara MOW/MOP dan kondom. Pengenal terhadap pentingnya keluarga berencana bagi pemenuhan kebutuhan hidup dan kesejahteraan sudah pernah dilakukan penyuluhan dan warga umumnya pernah mengikuti kegiatan penyuluhan tersebut.

## 5.7 Pertanian

### 5.7.1 Tanaman Bahan Makanan

Menurut data dari Dinas Pertanian, di tahun 2015, produksi Padi sebesar 13.526 ton dengan luas panen 2.335 hektar dan rata-rata produksi 57,93 kwintal/ hektar. Sedangkan komoditi Jagung, produksi jagung 33.428 ton dengan luas panen 4.364 hektar dan rata-rata produksi 76,60 kwintal/ hektar. Komoditi-komoditi identitas Kota Probolinggo, antara lain bawang merah dan mangga masih dominan diantara komoditi lain. Produksi komoditi Bawang Merah selama tahun 2015 sebesar 2.742,15 ton dengan luas panen 445 hektar dengan rata-rata produksi 61,62 kw/ha. Produksi Mangga tahun 2015 sebesar 2.639 ton.

### 5.7.2 Tanaman Hortikultura

Menurut data dari Dinas Pertanian, di tahun 2015, produksi tanaman hortikultura yang ada di kota Probolinggo terutama untuk buah-buahan adalah mangga, pisang, blimbing, jambu biji, pepaya, sawo dan nangka. Untuk tanaman sayuran yakni bawang merah, cabai merah, tomat dan lainnya. Sedangkan untuk tanaman bunga-bunga antara lain mawar, kenanga dan lainnya.

### 5.7.3 Peternakan

Populasi ternak besar di Kota Probolinggo terdiri dari sapi perah dan sapi potong. Pada tahun 2015 jumlah populasi tersebut berturut turut adalah 206 ekor (sapi perah), 10.474 ekor (sapi potong). Bila dibanding tahun sebelumnya populasi ternak besar mengalami peningkatan yaitu untuk sapi 4,03%.

Populasi ternak besar tersebut sebagian besar berada di Kecamatan Kedopok yaitu 4.407 ekor (sapi dan kuda) atau 41,23%. Populasi ternak kecil di Kota Probolinggo pada tahun 2015 terdiri dari kambing 6.901 ekor dan domba 7.644 ekor. Populasi kambing pada tahun 2015 meningkat bila dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 4,02% untuk masing-masing jenis. Populasi unggas yang terdiri dari ayam, itik dan mentok pada tahun 2012 secara berturut-turut adalah 90.686 ekor, 6.537 ekor dan 1.645 ekor. Bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya populasi unggas mengalami peningkatan yaitu 12,25%.

Produksi susu di Kota Probolinggo tahun 2015 sebanyak 412.531 liter, terbesar di Kecamatan Mayangan sebesar 36.433 liter (81,55%). Produksi telur tahun 2015 sebesar 141.431 kg, terbesar berada di Kecamatan Kanigaran sebesar 58.918 kg (41,66%).

#### 5.7.4 Perikanan

Perikanan laut merupakan sub sektor pertanian yang cukup dominan di Kota Probolinggo. Produksi perikanan pada tahun 2015 tercatat 11.003 ton yang terdiri atas 10.241 ton produksi perikanan tangkap dan 760,78 ton produksi perikanan budidaya. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, produksi perikanan turun minus 43,77%. Adanya disparitas harga ikan tangkap laut dari nelayan dan harga ikan tangkap laut di tingkat konsumen yang cukup tinggi menyebabkan kesejahteraan nelayan menurun, karena sebagian besar nelayan di Kota Probolinggo merupakan produsen yang sekaligus menjadi net consumer ikan laut. Disparitas harga tersebut merupakan akibat dari panjangnya rantai distribusi komoditas ikan tangkap laut dan struktur pasar yang tergolong tidak sehat. Sehingga nilai tambah pengolahan dan perdagangan ikan belum dinikmati nelayan dan konsumen, tetapi lebih banyak diperoleh para pelaku-pelaku perdagangan ikan.

Secara umum kegiatan saluran distribusi ikan-ikan hasil tangkapan nelayan di Kota Probolinggo umumnya dilakukan di tempat pelelangan ikan (TPI) yang terdapat di kecamatan Mayangan, namun tidak semua nelayan menjual hasil tangkapannya melalui TPI biasanya nelayan yang menjual hasil tangkapannya melalui TPI adalah nelayan yang memperoleh hasil tangkapan dalam jumlah yang cukup banyak, sedang nelayan yang hasil tangkapannya sedikit biasanya mereka langsung menjual kepada pedagang besar tanpa melalui pelelangan. Gambaran saluran distribusi untuk komoditi ikan laut di Kota Probolinggo, sejalan dari nelayan, pedagang perantara hingga sampai pada konsumen akhir tentunya sangat penting untuk diketahui.

## BAB VI

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 6.1 Identifikasi Responden Pelaku Distribusi

##### 6.1.1 Karakteristik Produsen Padi di Kota Probolinggo

Karakteristik responden produsen/petani padi yang terdapat di Kota Probolinggo, dalam penelitian ini yang dimaksud adalah petani yang memiliki umur produktif dari 20 – 65 tahun dan dalam usaha taninya sudah menjalani selama 15 – 35 tahun dan memiliki lahan sawah sendiri rata – rata dari 0,5 – 1 Ha, pola tanam yang diterapkan adalah padi – jagung – padi – jagung, hasil panennya dijual kepada pihak lain dalam bentuk gabah kering giling kepada pedagang tengkulak dengan sistem tebasan dan kiloan. Petani dalam hal ini adalah seseorang yang kegiatan utamanya menanam sampai dengan memanen hingga membutuhkan waktu lebih kurang 4 (empat) bulan, dengan menyebar benih sampai siap untuk ditanam membutuhkan waktu 21 hari sehingga jika dibulatkan dalam setahun bisa memanen dua hingga tiga kali panen dan menggunakan alat-alat tanam dan panen seperti cangkul, sabit, dan lainnya.

Untuk hasil sendiri, para petani di probolinggo khususnya desa Wonoasih mematok harga untuk biaya produksi sebesar Rp.6.500,-/kg GKG dengan total pendapatan sekitar 34,5 juta pertahun.

Berdasarkan rata-rata kepemilikan lahan, jenis tanaman, intensitas panen, pola tanam, biaya dan pendapatan yang diperoleh petani, seperti terangkum pada tabel 6.1 berikut:

Tabel 6.1 Karakteristik Produsen Petani Padi di Kota Probolinggo

No.	Uraian	Keterangan
1.	Rataan kepemilikan lahan	0,5-1 Ha/petani
2.	Varietas padi dominan	IR64
3.	Intensitas panen	2 kali
4.	Pola tanam	Padi-jagung-padi-jagung
5.	Biaya produksi	Rp.6.500,-/kg GKG
6.	Pendapatan	34,5 juta tahun
7.	Sumber modal (%)	
	a. Sendiri	34%
	b. Sendiri dan Pinjaman Non	66%
8.	Bentuk penjualan gabah	Gabah Kering Giling (GKG)
9.	Sistem penjualan	
	a. Tebasan (88%)	Harga rata-rata Rp. 7.900,-/Kg
	b. Kiloan (12%)	Harga rata-rata Rp. 9.800,-/Kg
10.	Kendala dalam Penjualan	Keterbatasan informasi pasar, Informasi harga gabah naik turun, pembayaran kredit yang dilakukan oleh pedagang

Sumber : Data Primer (2016)

Berdasarkan tabel 6.1 di atas, rata-rata kepemilikan lahan responden yaitu sekitar 0,5 - 1,0 hektar. Sedangkan dilihat dari tingkat pendapatan rata-rata yang diperoleh dari hasil usaha tani padi dalam sekali panen yang mereka peroleh tergolong tinggi yakni menghasilkan sekitar Rp. 34,5 juta per tahun per hektar, namun kenyataannya luas pemilikan rata-rata lahan mereka yang tergolong sempit sehingga tidak ekonomis untuk dilakukan kegiatan usahatani padi. Sedangkan mayoritas petani menjual hasil panennya dalam bentuk Gabah Kering Giling (GKG) dengan sistem tebasan dengan harga Rp 7.900,-/Kg dan sistem kiloan (per Kg) dengan harga yang lebih tinggi sekitar Rp 9.800,-/kg.

Secara umum responden petani padi di Kota Probolinggo sudah menggunakan varietas unggul yaitu seperti Ciherang, Membrano, Mikongga dan IR64, namun demikian mayoritas responden lebih menyukai menanam dengan menggunakan varietas padi IR64 karena varietasnya dominan di tingkat petani padi dengan alasan mempunyai nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan varietas lain seperti Ciherang dan Mikongga. Secara umum responden petani

lebih menyukai cara-cara yang praktis untuk mendapatkan modal usaha sebagai kegiatan bertani, serta untuk kehidupan sehari-harinya, tanpa memikirkan tingkat bunga yang lebih tinggi jika mereka meminjam kepada Bank resmi. Rata-rata kepemilikan lahan usaha yang tergolong sempit, lapangan pekerjaan yang terbatas diluar musim tanam, dan masih adanya pemborosan terhadap biaya lain-lain menyebabkan banyak responden petani yang tidak dapat mengelola hidup keluarganya dari satu panen ke panen lainnya tanpa adanya pinjaman.

Hasil panen yang diperoleh petani ternyata sangat di pengaruhi dengan adanya para peran pedagang perantara atau dikenal dengan nama tengkulak yang senantiasanya berperan aktif dalam menentukan harga gabah di lapangan. Seorang responden petani yang menjual gabahnya ke tengkulak dengan harga yang relative murah, karena menjualnya dengan sistem ijon sehingga nilai tambah (*margin value*) yang diperoleh petani sangat menguntungkan tengkulak dibandingkan dengan pendapatan petani itu sendiri. Keadaan seperti itu dapat dilihat dari sistem pembayaran yang dilakukan tengkulak dengan sistem Ijon yakni memberi uang muka terlebih dahulu sebelum petani memanen hasil padinya. Umumnya responden petani belum berani mengambil resiko dalam menentukan harga gabah yang dihasilkannya sebelum terlihat tanaman tumbuh dengan subur, biasanya tengkulaklah yang lebih dominan dalam menentukan harga jual gabah tersebut.

Dalam hal pemberian pinjaman modal awal ke petani oleh tengkulak sebagai tanda kesepakatan biasanya mereka melakukan transaksi antara petani dengan tengkulak tersebut yang menetapkan jumlahnya adalah petani. Namun tidak jarang tengkulak juga memberi persetujuan tanda jadi tersebut dengan menaksir keberhasilan panen dari areal tanam yang telah disepakati bersama. Tidak ada jaminan yang diberikan dan prinsipnya saling percaya antara petani dan tengkulak.

### 6.1.2 Karakteristik Pedagang Tengkulak

Berikut ini merupakan gambaran responden pedagang tengkulak yang berada di Kota Probolinggo berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh seperti yang disajikan pada tabel 6.2 berikut:

Tabel 6.2 Karakteristik Pedagang Tengkulak di Kota Probolinggo

No.	Uraian	Keterangan
1.	Sumber Modal Utama (%)	
	a. Pribadi	33%
	b. Penggilingan Padi	67%
2.	Volume Pembelian	40-90 ton/musim panen
3.	Bentuk Pembelian	Gabah Kering Giling (GKG)
4.	Bentuk Penjualan	Gabah Kering Giling (GKG)
5.	Kisaran Harga Pembelian	Rp 9.900,- (GKG/Kg)
6.	Kisaran Harga Penjualan	Rp 7.900,- sampai Rp 9.8000,-
7.	Wilayah Pembelian	Kelurahan dalam Kecamatan 100%
8.	Kegiatan (Fungsi Pemasaran)	Penaksiran, Harga, Pemotongan

Sumber : Data Primer (2016)

Berdasarkan pada tabel 6.2 di atas, sumber permodalan utama yang diperoleh responden pedagang tengkulak (67%) yakni berasal dari pihak lain seperti pihak penggilingan padi. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya keterkaitan usaha antara responden pedagang tengkulak dengan pihak penggilingan padi yang mana pedagang tengkulak merupakan kaki tangan dari pihak penggilingan padi. Kemudian sisanya (33%) responden pedagang tengkulak menggunakan modal sendiri untuk melakukan kegiatan usaha mendapatkan produk padi/gabah. Responden pedagang tengkulak yang bekerja secara individu bebas memilih kemana mereka akan menjual hasil pembeliannya sesuai dengan keuntungan yang diharapkan.

Bentuk gabah yang dibeli oleh responden pedagang tengkulak mayoritas adalah Gabah Kering giling (GKG) dengan harga rata-rata Rp. 7.900,-, kemudian pedagang tengkulak menjual kembali tanpa merubah bentuk dari gabah tersebut dengan harga rata-rata Rp. 9.800,- per kilogram. Dalam hal ini pihak responden pedagang/tengkulak hanya melakukan penaksiran harga gabah yang diperoleh dari responden petani kemudian melakukan pemotongan

atau memanen padi tersebut dan menjual kembali dalam bentuk yang sama tanpa memberikan perlakuan khusus. Rata-rata dalam satu musim panen mereka mampu membeli gabah dari petani antara 40 ton sampai 90 ton.

Responden pedagang tengkulak sebagian besar bertempat tinggal di wilayah Kota Probolinggo, terutama di kecamatan Wonoasih dan kedopak, di kecamatan tersebut dijumpai responden yang memiliki penggilingan gabah, selain letaknya dekat dengan pasar kelurahan yang menjadi tempat para pedagang/tengkulak menjual hasil panennya selain menjadi tempat bertemunya antara petani dan tengkulak melalui tempat penggilingan yang ada, selain itu juga banyak dijumpai pedagang tengkulak yang menjualnya di tempat-tempat penggilingan padi. Wilayah pembelian pedagang tengkulak yaitu kelurahan dalam kecamatan Wonoasih dan Kedopak, maksudnya para pedagang tengkulak membeli hasil panen padi dari petani masih dalam satu Kecamatan. Kegiatan yang dilakukan pedagang tengkulak kaitannya dengan fungsi distribusi adalah penaksiran harga beli dan harga jual, memilih jenis padi, melakukan tawar menawar harga dan pengemasan gabah dalam kantong-kantong beras. Penaksiran harga beli dan harga jual biasanya dilakukan oleh pedagang tengkulak sesuai dengan harga pasar dan mereka umumnya mampu menaksir berbagai harga dari jenis padi yang akan dibeli.

Kegiatan memilih jenis gabah yang akan dibeli dari petani biasanya setiap pedagang tengkulak memilah dan memilih berbagai jenis padi yang akan dibelinya, pada saat akan membeli gabah dari petani mereka bertanya dan melihat langsung di sawah sehingga mereka dapat memperoleh jenis padi yang diharapkan dan harga yang lebih menguntungkan. Kegiatan pengemasan sering juga dilakukan oleh pedagang tengkulak dengan tujuan lebih meningkatkan harga jual dan mendistribusikan kepada pembeli berikutnya.

### **6.1.3 Karakteristik Responden Penggilingan Padi**

Berikut ini merupakan gambaran responden penggilingan padi yang terdapat di Kota Probolinggo berdasarkan rata-rata pendapatan mereka, diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel 6.3 berikut:

Tabel 6.3 Karakteristik Penggilingan Padi di Kota Probolinggo

No.	Uraian	Keterangan
1.	Sumber Modal	Sendiri dan Pinjaman Bank
	Wilayah Pembelian	3 (tiga) Kecamatan
2.	Volume Pembelian	120-200 ton/musim
3.	Bentuk Pembelian	Gabah Kering Giling (GKG)
4.	Bentuk Penjualan	Gabah Kering Giling (GKG)
5.	Kisaran Harga Pembelian	Rp. 7.900 (GKP/Kg)
6.	Kisaran Harga Penjualan	Rp. 9.800,- (Beras/Kg)
7.	Kegiatan (Fungsi Pemasaran)	Pengelompokan jenis gabah,

Sumber : Data primer (2016)

Tabel 6.3 di atas menunjukkan bahwa sumber modal utama dari penggilingan padi adalah modal sendiri dan dari pinjaman Bank. Untuk memenuhi kapasitas gilingnya, penggilingan padi di Kota Probolinggo mampu membeli gabah sebanyak 120 ton sampai 200 ton Gabah Kering Giling (GKG) dalam satu musim panen.

Fungsi distribusi produk gabah yang dilakukan oleh responden pelaku penggilingan padi adalah merubah bentuk gabah tersebut menjadi produk bentuk beras. Pada tahap ini mulai terlihat ada perlakuan khusus yang dilakukan pihak penggilingan padi, pada awalnya berupa produk yang berbentuk gabah kemudian diproses menjadi produk yang berbentuk beras. Pengelompokan jenis-jenis gabah yang akan digiling sering dilakukan oleh responden penggilingan gabah. Biasanya setelah gabah diproses menjadi beras, kemudian responden menawar harga gabah yang sudah di giling tersebut dengan harga kesepakatan, jika kedua belah pihak sudah setuju dengan harga yang ditetapkan selanjutnya responden melakukan pengemasan dalam bentuk kemasan karung maupun kemasan berlabel yang siap di jual ke pedagang pengepul berikutnya.

#### 6.1.4 Karakteristik Responden Pedagang Pengepul

Berikut ini merupakan karakteristik responden Pedagang Pengepul yang berada wilayah Kota Probolinggo. Biasanya para pedagang pengepul tersebut memperoleh produk beras dari pihak penggiling dan juga ada juga yang memperoleh dari pedagang tengkulak. Sebagian besar produk beras yang dibeli diperoleh dari luar Kota Probolinggo, seperti dari kabupaten disekitarnya.

Mengingat ketersediaan produk beras yang sangat terbatas, maka harga beli dan harga jual produk beras yang dilakukan sangat tergantung dari harga pasar yang berlaku saat itu. Berdasarkan rata-rata pendapatan yang diperoleh pengepul, disajikan pada tabel 6.4 berikut ini:

Tabel 6.4 Karakteristik Pedagang Pengepul di Kota Probolinggo

No	Uraian	Keterangan
1	Bentuk Pembelian	Beras dan Berabel
	Bentuk Penjualan	Beras dan Berabel
2	Sumber Modal (%):	
	a. Sendiri	60%
	b. Sendiri dan Pinjaman Bank	40%
3	Kisaran Harga Pembelian	Rp. 8.750,- sampai
4	Kisaran Harga Penjualan	Rp. 9.335,- sampai
5	Wilayah Pembelian	Dalam Kecamatan
6	Volume Pembelian	40-90 ton/bulan

Sumber : Data primer (2016)

Ada juga responden pedagang tengkulak yang tidak melakukan transaksi dengan pihak penggilingan gabah, tetapi mereka hanya membayar ongkos giling saja, karena beras hasil gilingan tersebut oleh pedagang tengkulak akan dijual langsung kepada pedagang lainnya ataupun menjualnya langsung kepada konsumen akhir.

Pedagang Pengepul di Kota Probolinggo umumnya berada di pasar -pasar kecamatan dan di pasar Besar. Kegiatan responden pedagang pengepul biasanya mereka melakukan kegiatan mendistribusikan beras hasil pembeliannya kepada pedagang pengecer yang ada di masing-masing pasar kelurahan atau di luar kota Probolinggo.

Fungsi distribusi yang dilakukan oleh pedagang pengepul adalah membeli beras dari berbagai sumber, seperti dari tempat penggilingan padi atau di gudang-gudang penyimpanan beras milik pedagang pengepul kemudian menyalurkan beras tersebut kepada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar kelurahan dan pasar Kecamatan dan di Kabupaten lain. Dalam hal ini pedagang pengepul membeli beras dari berbagai sumber dan menjualnya kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada perubahan kemasan. Dalam sekali transaksi pedagang pengepul mampu membeli beras rata-rata sebanyak 40 ton

sampai 90 ton. Sumber modal pedagang pengepul dalam melakukan usahanya adalah 60% responden menggunakan modal sendiri dan 40% responden menggunakan modal sendiri dan bantuan pinjaman dari Bank.

Tidak jarang terjadi kehabisan stok produk beras, maka langkah-langkah yang dilakukan oleh pedagang pengepul membeli beras tersebut dari luar kota, misalnya dari Kabupaten Pasuruan, kabupaten Lumajang dan kabupaten Situbondo. Dalam melakukan penjualan beras kepada pedagang pengecer, maka yang dilakukan oleh pedagang pengepul adalah memberikan perlakuan seperti grading dan packaging. Memasukkan beras ke dalam karung goni dalam satuan 5 kg, 10 kg dan 50 kg biasanya disiapkan oleh pedagang pengepul. Sehingga pembeli sudah menerima dalam bentuk karung sesuai dengan ukuran masing-masing.

#### 6.1.5 Karakteristik Pedagang Pengecer

Berikut ini merupakan gambaran karakteristik responden pedagang pengecer yang berada di Kota Probolinggo. Biasanya selain berada di pasar-pasar kelurahan, pedagang pengecer juga menjual di berbagai tempat, seperti di rumah hunian yang sebagian dijadikan warung, di tempat-tempat yang dekat dengan keberadaan konsumen. Berdasarkan rata-rata pendapatan yang diperoleh pedagang Pengecer, seperti terangkum pada tabel 6.5 berikut:

Tabel 6.5 Karakteristik Pedagang Pengecer di Kota Probolinggo

No.	Uraian	Pedagang Pengecer
1.	Bentuk Pembelian	Beras
	Bentuk Penjualan	Beras
2.	Sumber Modal (%):	
	a. Sendiri	60%
	b. Sendiri dan Pinjaman Bank	40%
3.	Kisaran Harga Pembelian	Rp. 7.350,- sampai Rp. 7.590,-/Kg
4.	Kisaran Harga Penjualan	Rp. 7.600,- sampai Rp. 7.750,-/Kg
5.	Volume Pembelian	1 - 6 Ton
6.	Fungsi Distribusi	Mengurangi Biaya Produksi
		Menambah Biaya Pengeluaran

Sumber : Data primer (2016)

Pedagang Pengecer di Kota Probolinggo pada umumnya berada di pasar-pasar kelurahan dan pasar besar di pusat Kota. Dalam hal ini mereka membeli beras dari pedagang pengepul dan menjualnya kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada perlakuan apapun hanya saja ada proses pengemasan yang dilakukan sudah menjadi beras tidak akan hilang kualitasnya. Pedagang pengecer hanya mampu melakukan pembelian beras sekitar 1 ton sampai 6 ton per bulannya. Fungsi pemasaran dari pengecer adalah menyalurkan beras kepada para konsumen. Varietas padi yang sudah menjadi beras lebih diminati konsumen adalah IR64 karena harga dari IR64 dipasaran relatif terjangkau bagi konsumen. Sumber modal pedagang pengecer adalah 60% menggunakan modal sendiri dan 40% menggunakan modal sendiri dan bantuan pinjaman dari Bank.

#### **6.1.6 Analisis Marjin Pemasaran**

Perhitungan marjin pemasaran untuk produk gabah dilakukan berdasarkan selisih antara harga jual gabah di tingkat petani dengan harga jual beras di tingkat pengecer. Prosedur analisis marjin pemasaran setiap pelaku distribusi ini dilakukan dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran gabah yang ada, selanjutnya membandingkan dengan harga pada berbagai tingkat pemasaran yang berbeda dan mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor pada tiap-tiap jenis pedagang. Pada garis besarnya pelaku tata niaga komoditas beras di Kota Probolinggo mayoritas menggunakan saluran distribusi berikut ini, yaitu: Dari petani 88% ke pedagang tengkulak 100% ke penggilingan padi (60%) ke pedagang pengepul 100% ke pedagang pengecer 100% ke konsumen.

Berikut ini merupakan hasil analisis marjin pemasaran yang terdiri dari biaya yang dibutuhkan pelaku pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh pelaku pemasaran pada setiap rantai tata niaga pemasaran komoditas padi sawah yang paling dominan di Kota Probolinggo.

Total biaya pemasaran oleh setiap pelaku tata niaga untuk selanjutnya dapat dilihat masing-masing adalah pedagang pengepul Rp. 150,- per kilogram beras dan pedagang pengecer Rp. 200,- per kilogram. Biaya pemasaran (*marketing cost*) tersebut terlihat bahwa untuk biaya dari pihak penggilingan padi

lebih banyak mengeluarkan biaya-biaya untuk proses tata niaga padi antara lain biaya penggilingan padi, biaya pengemasan, transportasi dan bongkar-muat, biaya penggilingan yang cukup tinggi dikarenakan untuk biaya penyusutan mesin dan menggunakan bahan bakar yang harus di keluarkan oleh pihak penggilingan padi. Gambaran analisis Margin pemasaran untuk komoditi gabah/beras disajikan pada Tabel 6.6 berikut:

Tabel 6.6 Analisis Marjin Pemasaran Komoditas Beras

No.	Uraian	Satuan(Rp/Kg)	Persentase(%)
1.	Petani		
	a. Harga jual (GKP)	3.147	41,1
2.	Pedagang Tengkulak		
	a. Harga beli	3.147	41,1
	b. Margin pemasaran	573	7,5
	c. Biaya pemasaran <sup>2</sup>	380	4,97
	d. Margin keuntungan	193	2,52
	e. Harga jual	3.720	48,6
3.	Penggilingan Padi		
	a. Harga Beli	3.720	48,6
	b. Margin pemasaran	3.395	44,4
	c. Biaya Pemasaran <sup>3</sup>	405	5,3
	d. Margin keuntungan	144 <sup>7</sup>	1,9
	e. Harga jual	7.115	93
4.	Pedagang Pengepul		
	a. Harga beli	7.115	93
	b. Margin pemasaran	278	3,6
	c. Biaya Pemasaran <sup>4</sup>	150	2,0
	d. Margin keuntungan	128	1,7
	e. Harga jual	7.393	96,6
5.	Pedagang Pengecer		
	a. Harga beli	7.393	96,6
	b. Margin pemasaran	257	3,4
	c. Biaya Pemasaran <sup>5</sup>	120	1,6
	d. Margin keuntungan	107	1,4
	e. Harga jual	7.650	100,0

Sumber : Data Primer diolah,2016

Keterangan :

- 1) Gabah Kering Giling
- 2) Biaya pemotongan padi, bongkar muat, dan transportasi
- 3) Biaya jemur, giling, pengurangan, bongkar muat, dan transportasi

- 4) Biaya transportasi, pengemasan, dan bongkar muat
- 5) Biaya bongkar muat dan transportasi
- 6) Harga jual di tingkat pelaku/harga jual di tingkat pengecer 100%

Dari Tabel 6.6 dapat dilihat bahwa pengeluaran yang paling tinggi terjadi pada pihak penggilingan padi, yaitu sebesar Rp. 405,- per kilogram gabah atau padi. Besarnya pembiayaan tersebut dikarenakan di penggilingan padi mendapatkan perlakuan penting meliputi Gabah Kering Giling (GKG). *Marketing Margin* yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada penggilingan padi 44,4%, pedagang tengkulak 7,5%, pedagang pengepul 3,6%, pedagang pengecer 3,4%. Berdasarkan nilai margin keuntungan (*Net Benefit Margin*), pemilik penggilingan padi yang memproses gabah hingga menjadi beras sekaligus menjualnya memperoleh keuntungan sebesar Rp. 144,- per kilogram beras. Pedagang tengkulak yang tidak mengubah Gabah Kering Giling (GKG) menjadi beras memperoleh margin keuntungan sebesar Rp. 193,- per kilogram. Para pedagang perantara, mereka mengutip margin keuntungan Rp 128,- untuk pedagang pengepul dan Rp. 107,- untuk pedagang pengecer per kilogram beras

Pada awalnya petani menjual hanya kepada tengkulak dikarenakan sulitnya mendistribusikan hasil panen mereka. Dan hal tersebut semakin menambah saluran distribusi petani yang mengakibatkan terpotongnya keuntungan yang cukup besar bagi petani. Hal ini dibuktikan dengan harga yang didapat dapat oleh tengkulak cukup rendah yaitu sekitar Rp.3147,00 yang mana petani hanya mendapat keuntungan sekitar 41,1%

Di lain pihak, tengkulak mendapatkan keuntungan dalam membeli hasil panennya petani dengan keuntungan sebesar Rp.573,00 dari pembelian ke petani sebesar Rp.3147,00. Margin sebesar Rp.573,00 di dapat dari harga jual GKG seharga Rp.3.720 dengan biaya pemasaran dan lain lain sebesar Rp.380 dan hanya mendapat margin keuntungan sebesar Rp.180,00.

Dari pihak penggilingan padi, mereka membeli gabah di tengkulak dengan merubah nilai tambah. Mereka membeli dari tengkulak di Desa Wonoasih seharga Rp.3720,00 dan mengubahnya dalam bentuk beras serta menjualnya ke pengepul

denan hara Rp.7115,00 dengan biaya pemasaran, dan lain lain sekitar Rp.405,00. Setelah dipotong dengan harga tersebut di dapat keuntungan sebesar Rp.3.395,00.

Jika dapat dipangkas saluran distribusinya dari petani langsung kepada penggiling, seharusnya petani mendapatkan margin/keuntungan yang cukup besar yaitu sekitar Rp.3.968,00.

Pihak pengepul mendapatkan hasil panen dari petai yang sudah dirubah bentuknya dengan harga Rp.7.115,00 dan menjualnya kepada pedagang pengecer dengan harga Rp.7.393,00. Biaya pemasaran yang dilakukan sebesar Rp.150,00 dan mendapatkan margin sebesar Rp.278,00. Margin keuntungan yang didapat dari pengurangan biaya pemasaran dan margin pemasaran adalah sebesar Rp.128,00.

Setelah dari pedagang pengepul, hasil pertanian yang sudah berupa beras akan di distribusikan ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer mendapatkan beras dari pedagan pengepul dengn harga Rp.7.393,00 dan menjual nya kembali kepada konsumen seharga Rp.7.650,00 dengan rincian biaya adalah biaya pemasaran sebesar Rp.120,00 dan margin pemasarannya adalah sebesar Rp.257,00. Dari biaya pemasaran dan margin pemasaran tersebut didapatkan hasil yaitu margin keuntungan sebesar Rp.107,00.

Sebenarnya keuntungan lebih besar akan bisa didapatkan oleh pedagang pengecer jika pedagang pengecer membeli beras langsung dari penggilingan padi dengan keuntungan yang bisa didapatkan sebesar Rp.535,00. Namun jarak penggilingan padi yang terlalu jauh menjadi salah satu kendala pedagang pengecer tidak mau membeli hasil pertanian kepada pengiling padi.

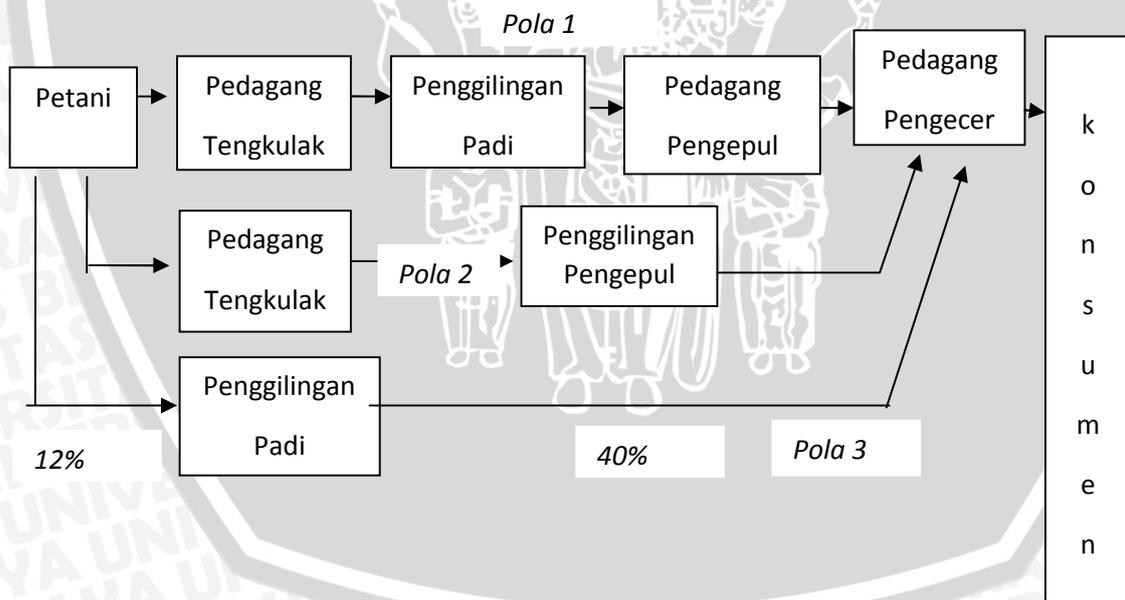
## **6.2 Pola Distribusi untuk Komoditas Beras**

Kegiatan distribusi komoditi beras yang dilakukan yakni menyampaikan hasil produk-produk beras dari produsen kepada konsumen. Namun demikian, dalam penyampaian produk-produk beras ternyata tidak dapat secara langsung disalurkan kepada konsumen. Pemasaran produk pertanian membutuhkan proses yang lebih panjang lagi bila dibandingkan dengan pemasaran produk-produk non pertanian. Hal tersebut terjadi karena produk gabah atau beras membutuhkan perlakuan-perlakuan khusus dalam penanganan pasca panennya. Oleh karena itu,

pemasarannya membutuhkan lembaga-lembaga pemasaran yang lebih banyak sehingga lembaga tersebut menjalankan fungsi pemasarannya masing-masing secara optimal.

Pola distribusi gabah/beras yang berlangsung di kota Probolinggo ditemukan ada tiga saluran tata niaga, yang pertama yaitu pola saluran pemasaran dari petani ke pedagang tengkulak selanjutnya ke penggilingan padi dan ke pedagang pengepul hingga sampai kepada pedagang pengecer dan ke konsumen; Pola yang kedua adalah dari Petani ke Pedagang Tengkulak kemudian ke Penggilingan Padi dan ke Pedagang Pengecer hingga ke konsumen; Pola yang ketiga, yakni dari Petani langsung ke Penggilingan Padi selanjutnya ke Pedagang Pengepul kemudian ke Pedagang Pengecer hingga terakhir ke pihak konsumen.

Gambaran mekanisme struktur distribusi tata niaga padi dan beras yang berlangsung di Kota Probolinggo terdapat tiga pola distribusi seperti digambarkan sebagai berikut:



Gambar 6.1 . Pola Distribusi Komoditas Gabah/Beras di Kota Probolinggo

Pada pola saluran distribusi pertama, petani/produsen menjual produk gabahnya dalam bentuk gabah kering giling (GKG) ke pedagang tengkulak, umumnya mereka merupakan kaki tangan pihak penggiling beras. Dari pedagang tengkulak produk gabah yang ada disalurkan ke penggilingan gabah. Pihak

penggilingan gabah melakukan perlakuan khusus terhadap produknya meliputi proses pengeringan, penggilingan, dan pengemasan. Beras yang dikemas selanjutnya disalurkan kepada pedagang pengepul yang berada di tiap-tiap pasar kelurahan dan Kecamatan dan di Kota Probolinggo.

Selanjutnya produk beras di distribusikan dari pedagang pengepul, kepada pengecer yang berada di pasar-pasar kecamatan maupun toko-toko beras. Secara umum pola distribusi yang terlaksana adalah pola distribusinya yang kedua dan ketiga. Pola Kedua, adalah produk gabah dijual dari petani ke pedagang tengkulak kemudian dijual kepada pihak penggilingan padi selanjutnya ke pedagang pengecer dan ke konsumen. Pola yang ketiga adalah produk gabah dari petani ke penggilingan padi selanjutnya ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen.

Saluran tata niaga komoditas padi kedua yaitu penggilingan padi (40%) langsung mendistribusikan berasnya kepada pedagang pengecer di pasar dan toko-toko. Sedikitnya jumlah penggilingan padi yang menjual langsung kepada pengepul dikarenakan kapasitas giling mereka relatif sedikit, yaitu antara 120 ton sampai 200 ton beras dalam sekali musim panen. Wilayah pembelian penggilingan padi di sekitar Kota Probolinggo. Pinjaman modal yang dilakukan penggilingan padi yaitu modal sendiri dan pinjaman non bank, Kegiatan yang dilakukan penggilingan padi antara lain; penggilingan, pengemasan dan pengelompokan. Pengelompokan sendiri dilakukan dengan pengelompokan jenis beras yang ada di Kota Probolinggo.

Pola distribusi komoditas padi yang ketiga, petani (12%) menjual padi atau gabah langsung kepada penggilingan padi dalam bentuk Gabah Kering Giling (GKG). Di penggilingan padi gabah di proses menjadi beras yang selanjutnya disalurkan ke pedagang pengepul. Dari pedagang pengepul kemudian beras disalurkan kepada pedagang pengecer. Pedagang pengepul sendiri mampu membeli beras rata-rata 40 kg sampai 90 kg. Bentuk pembelian dan penjualan beras yaitu beras dan berabel. Berabel artinya beras yang sudah dalam bentuk kemasan berabel. Sumber modal modal dari modal sendiri 60% dan pinjaman 40%, karena pengepul sudah memiliki dana untuk membeli beras.

Sedangkan pedagang pengecer membeli beras rata-rata 1-6 ton, karena pedagang pengecer menjual beras yang diminati konsumen yaitu padi yang diproses dalam bentuk beras dengan jenis varietas IR64.

Mayoritas (88%) responden petani menjual hasil panen mereka kepada pedagang tengkulak dengan sistem tebasan. Sistem penjualan dengan tebasan merupakan cara pembelian yang tidak transparan, yang mana petani menjual hasil panen mereka di sawah tanpa mengetahui jumlah produksi padi dari hasil panen. Dalam hal ini petani tidak melakukan pemanenan, pemanenan dilakukan oleh pedagang tengkulak setelah ada kesepakatan harga pembelian. Jika rata-rata harga penjualan padi yang diterima petani dengan sistem tebasan relative rendah yaitu Rp. 3.147,- per kilogram Gabah Kering Giling (GKG). Kemudian sisanya (12%) petani menjual hasil panen langsung ke penggilingan padi dengan sistem kiloan (Per Kg), Umumnya mereka melakukan penjualan tersebut dikarenakan lokasi sawahnya dekat dengan penggilingan. Harga yang diterima petani dalam menjual padi atau gabah ke penggilingan padi lebih tinggi jika dibandingkan dengan sistem kiloan, yaitu rata-rata Rp. 3.500,- per kilogram Gabah Kering Giling (GKG).

Sebenarnya petani dapat menerima harga lebih tinggi jika seandainya mereka menjual padi dalam bentuk beras. Cara-cara penjualan padi atau gabah secara langsung kepada tengkulak sulit dihindari, karena disamping petani mempunyai kebutuhan yang mendesak, pada umumnya mereka juga tidak mempunyai sarana pengeringan dan penyimpanan yang memadai. Hal ini akan menyebabkan harga padi atau gabah petani anjlok di saat suplai gabah pada waktu panen meningkat, sehingga menghadapkan petani pada posisi tawar yang sangat lemah.

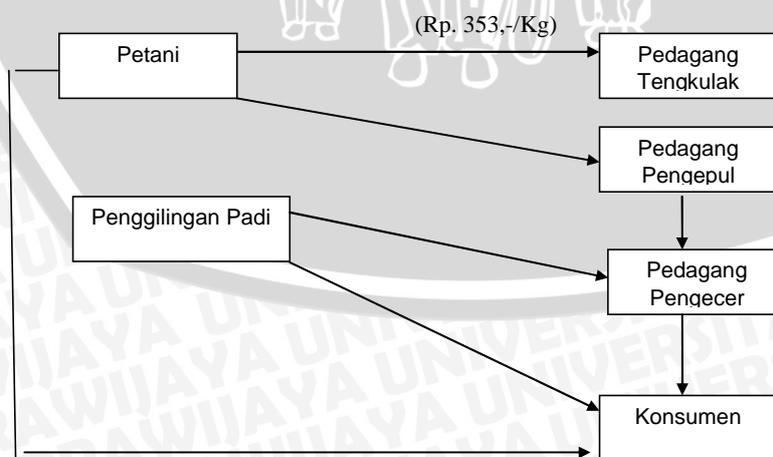
Dari berbagai saluran distribusi yang ada, petani menghadapi beberapa permasalahan dalam pemasaran hasil panen mereka. Permasalahan yang umum ditemui pada petani adalah terbatasnya informasi pasar tersebut akan menyebabkan petani tidak mengetahui kepada siapa produk akan dijual dengan keuntungan terbaik. Informasi harga yang diterima petani terutama dari lembaga pengumpul seringkali terdapat perbedaan dengan harga pasar. Petani tidak

mengetahui secara pasti naik turunnya harga gabah, sementara tengkulak mendapatkan informasi lebih cepat dari lembaga pemasaran lainnya. Keterbatasan informasi pasar ini terkait dengan lokasi usahatani yang terpencil, pengetahuan dan pendidikan formal petani masih sangat rendah menyebabkan kemampuan untuk mencerna atau menganalisis sumber informasi sangat terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan usaha tani dilakukan tanpa melalui perencanaan yang matang.

Selain permasalahan tersebut di atas, pembayaran kredit yang dilakukan tengkulak masih ditemui di wilayah ini. Kondisi demikian akan membuat petani semakin kesulitan dalam pemenuhan kebutuhan hidup dan untuk melakukan produksi usaha tani berikutnya. Sebab, Pendapatan yang mereka terima dari hasil panen umumnya tergolong kecil, rata-rata hanya sekitar Rp.850.000,- sampai Rp.1.500.000,- per bulan. Bukan tidak mungkin hal ini akan memicu petani untuk melakukan pinjaman dalam mengelola kegiatan usaha tani berikutnya.

### 6.3 Nilai Rantai Distribusi Komoditas Beras

Pada garis besarnya rantai tata niaga komoditas padi sawah di Kota Probolinggo Kabupaten Wonoasih yaitu dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen. Secara skematis nilai margin pemasaran (*marketing margin*) komoditas padi sawah di Kota Probolinggo dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 6.2 Margin Pemasaran Tata Niaga Beras pada setiap pelaku Distribusi di Kota Probolinggo

Berdasarkan pola margin pemasaran di atas, diketahui bahwa panjangnya saluran distribusi beras yang ada di Kota Probolinggo memicu tingginya disparitas antara harga padi atau gabah di tingkat petani dan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya selisih harga gabah atau padi di tingkat petani dan di tingkat konsumen yaitu Rp. 4503,-/Kg. Banyaknya pelaku dalam tata niaga akan menyebabkan besarnya biaya distribusi (margin pemasaran yang tinggi), sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pelaku tata niaga. Keadaan ini cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang harus dibayarkan oleh konsumen

Pada gambar 6.2 menginformasikan bahwa margin pemasaran (marketing margin) yang tidak dapat dinikmati petani (88%) terdistribusi ke pedagang tengkulak yaitu sebesar Rp. 9.147,- per kilogram Gabah Kering Giling (GKG). Sebaliknya petani (12%) yang menjual padi atau gabahnya dari pedagang tengkulak ke penggilingan padi memperoleh nilai margin sebesar Rp. 353,- per kilogram. Hal ini dikarenakan harga jual dengan sistem tebasan ke pedagang tengkulak umumnya lebih rendah (Rp. 9.147,-/kg), jika dibandingkan dengan harga jual di penggilingan padi yaitu sebesar Rp. 3.500,- per kilogram. Sehingga petani yang mendistribusikan padi atau gabah ke pedagang tengkulak tidak dapat memperoleh nilai tambah dari kegiatan pemasaran hasil panen padi.

Pedagang tengkulak yang membeli padi atau gabah dari petani dengan harga Rp. 3.147,- perkilogram, yang selanjutnya dijual ke penggilingan padi dengan harga Rp. 3.720,- per kilogram memperoleh nilai margin Rp. 573,- per kilogram. Keuntungan bersih (*net benefit margin*) yang diperoleh pedagang tengkulak dalam mendistribusikan hasil pembelian padi atau gabah dari petani ke penggilingan padi adalah Rp. 193,- per kilogram setelah dikurangi dengan biaya pemasaran (*marketing cost*) untuk pemotongan padi, bongkar muat dan transportasi sebesar Rp. 380,- per kilogram.

Selanjutnya penggilingan padi yang merubah bentuk gabah atau padi menjadi beras menjualnya ke pedagang tengkulak dengan harga jual Rp.

7.115,- per kilogram beras. Penggilingan padi memperoleh margin pemasaran sebesar Rp.3.395,- per kilogram atau sekitar 44,4 persen dari keseluruhan margin pemasaran gabah atau beras. Besarnya margin pemasaran pada pemilik penggilingan, dikarenakan di penggilingan padi atau gabah dikeringkan terlebih dahulu menjadi gabah kering Giling (GKG). Dalam proses penggilingan tersebut akan mengalami susut hasil sekitar 60 persen dari berat gabah yang semula. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh penggilingan padi untuk mendistribusikan beras ke pedagang pengepul adalah Rp. 405,- per kilogram, dengan keuntungan bersih sebesar Rp.125,- per kilogram.

Di pedagang pengepul kemudian beras dijual ke pedagang pengecer dengan harga jual Rp. 7.393,- per kilogram. Margin pemasaran sebesar Rp. 278,- per kilogram atau sekitar 3,6 % dari keseluruhan margin pemasaran gabah atau padi. Besar pembiayaan yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul untuk mendistribusikan beras ke pengecer yaitu Rp. 150,- per kilogram beras, meliputi biaya transportasi, bongkar muat dan biaya pengemasan. Selanjutnya pedagang pengecer yang merupakan pelaku yang berhadapan langsung dengan konsumen menjual beras tersebut dengan harga Rp. 7.650,- per kilogram. Margin pemasaran di pengecer yaitu Rp. 257,- per kilogram atau 3,4 %. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan bersih Rp. 107,- per kilogram dengan biaya pemasaran yang harus dikeluarkan sebesar Rp. 120,- per kilogram untuk biaya transportasi dan bongkar muat.

Meskipun keuntungan di penggilingan hanya Rp. 144,- per kilogram beras, tetapi volume penjualannya paling besar yaitu sekitar 120 ton sampai 200 ton beras dalam sekali musim panen. Keuntungan di penggilingan padi tersebut hanya dilihat secara kasar dari hasil kuantitatif rendemen giling (60%).

Menurut Balai Besar Pengembangan Mekanisme Pertanian (2005) dalam proses pengolahan padi atau gabah menjadi beras juga akan menghasilkan nilai tambah, yaitu hasil kandungan bekatul (8-10%) dan sekam (23%) yang semuanya mempunyai nilai ekonomi yang tinggi.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa proses pengolahan sangat menentukan nilai tambah dari setiap kegiatan pasca panen. Petani yang menjual

hasil panen secara langsung di sawah, tidak akan menikmati nilai tambah yang dihasilkan dari perdagangan gabahnya. Biasanya nilai margin yang dinikmati petani tergantung pada elastisitas dari penawaran dan permintaan yang berlaku, karenanya, dalam mengubah gabah atau padi menjadi beras yang merupakan barang kebutuhan pokok, apabila margin pemasaran meningkat maka persentase margin yang tidak dapat dinikmati petani semakin kecil (atau semakin besar) dibandingkan margin konsumen yang hilang seiring peningkatan (atau penurunan) elastisitas penawaran gabah atau padi menjadi beras terhadap permintaan gabah atau padi menjadi beras.

Sebaliknya pedagang pengepul ternyata mampu juga menjaga margin keuntungan yang sama walaupun harga di tingkat konsumen sedang turun dengan cara mempercepat penurunan harga beli pada petani, sehingga resiko pasar dibebankan seluruhnya kepada petani. Perilaku tersebut secara ekonomi menunjukkan adanya kekuatan pasar monopsonistik karena pengepul memiliki aksesibilitas dan informasi yang cepat terhadap fluktuasi harga ke pasar konsumen. Analisis Margin Gabah disajikan pada Tabel 6.7 berikut:

Tabel 6.7. Analisis Margin Pemasaran Komoditi Gabah pada berbagai Rantai Pemasaran

Uraian	Satuan (rp/kg)	Persentase (%)
<b>1. Petani/Produsen</b>		
a. Harga beli	-	-
b. Margin pemasaran	-	-
c. Harga jual GKP (1)	2.360	82,8 4
<b>2. Pedagang pengumpul</b>		
a.Harga beli	2.360	82,8
b.Margin pemasaran:	190	6,7
1) Biaya pemasaran (2)	42	-
2) Margin keuntungan	148	-
c.Harga jual	2.550	89,5
<b>3. Pedagang Besar</b>		
a.Harga beli	2,550	89,5
b.Margin pemasaran:	216	7,6

-Biaya pemasaran (3)	127	-
-Margin keuntungan	89	-
c.Harga jual	2.766	97,1
<b>4. Pedagang Grosir</b>		
a.Harga beli	2.766	97,1
b.Margin pemasaran	34	1,2
-Biaya pemasaran (2)	17	-
-Margin keuntungan	17	-
c.Harga jual	2.800	98,3
<b>5. Pengecer</b>		
a.Harga beli	2.800	98,3
b.Margin pemasaran	50	1,8
-Biaya pemasaran (2)	22	-
-Margin keuntungan	28	-
c.Harga jual	2.850	100,0

Keterangan:

1. Dikonversi ke harga beras (53%)
2. Transportasi, bongkar muat, dll.
3. Pengeringan, penggilingan, pengemasan, transportasi, bongkar mua.,
4. Harga jual di tingkat pelaku/ harga jual di tingkat pengecer x 100%

#### a. Distribusi Hasil Produk Padi pada Petani Produsen.

Hasil perhitungan analisis deskriptif persentase mengenai pemilihan saluran distribusi hasil panen responden petani di Kota Probolinggo dapat ditampilkan pada tabel 6.8 di bawah ini:

Tabel 6.8 Distribusi Hasil Panen yang dijual Petani

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Pedagang Tengkulak	53	88,00
Penggilingan Padi	7	12,00
Pedagang Pengepul	-	0
Pedagang Pengecer	-	0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer (2016)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 6.8 di atas, menginformasikan bahwa dalam pemilihan saluran distribusi hasil panen tidak ada responden petani yang menjual gabah kepada pedagang pengepul dan pedagang pengecer. Mayoritas responden petani 88% menjual hasil panen mereka kepada pedagang tengkulak, dan sisanya 12% responden petani menjual gabah kepada

penggilingan padi. Responden yang memilih menjual hasil panen kepada tengkulak menggunakan cara pengemasan.

Proses penjualan yang dimaksud dalam hal ini adalah hasil dari panen langsung diberi kantong beras agar kualitasnya baik. Secara skematis pola distribusi hasil panen responden petani dapat disimpulkan yaitu: 1) Dari petani ke pedagang tengkulak dan 2) Dari petani ke penggilingan padi.

#### **b. Distribusi Hasil Pembelian Pedagang Tengkulak**

Hasil perhitungan analisis deskriptif persentase mengenai pemilihan saluran distribusi hasil pembelian gabah/beras terhadap responden pedagang Tengkulak di Kota Probolinggo dapat ditampilkan pada tabel 6.9 di bawah ini :

Tabel 6.9 Distribusi Hasil Pembelian Responden pedagang Tengkulak

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Penggilingan Padi	15	100
2	Pedagang Pengepul	-	0
3	Pedagang Pengecer	-	0
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data primer (2016)*

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 6.9 dapat diketahui bahwa pemilihan saluran distribusi dari hasil pembelian ternyata tidak ada pedagang tengkulak yang menjual produk gabah kepada pedagang pengepul dan pedagang pengecer. Keseluruhan 100% responden pedagang tengkulak menjual hasil pembelian gabah mereka ke pedagang penggilingan padi, mereka melakukan transaksi tersebut karena pada umumnya 67% responden merupakan kaki tangan dari pihak pengelola penggilingan padi di daerah-daerah tersebut. Sisanya 33% responden pedagang tengkulak menjual hasil pembelian gabah menjadi beras mereka ke pedagang pengecer.

#### **c. Distribusi Hasil Pembelian oleh pihak Penggilingan Padi**

Hasil perhitungan analisis deskriptif dalam persentase mengenai pemilihan saluran distribusi dari hasil pembelian gabah/beras oleh pelaku penggilingan padi di Kota Probolinggo, terlihat bahwa responden pedagang

tengkulak umumnya menjual gabah mereka ke pihak penggiling padi karena mereka merupakan kaki tangan pihak pengelola penggilingan padi di Kota Prtobolinggo. Responden pihak penggiling menjual hasil pembelian gabah menjadi beras mereka ke pedagang pengecer. Gambaran distribusi komoditi gabah dari pihak penggiling ke saluran berikutnya ditampilkan pada tabel 6.10 di bawah ini:

Tabel 6.10 Distribusi hasil pembelian Gabah oleh pihak Penggiling padi

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Bulog	-	0
2.	KUD	-	0
3.	Pedagang Pengepul	6	60
4.	Pedagang Pengecer	4	40
<b>Total</b>		<b>10</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer (2016)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 6.10 dapat dilihat bahwa dalam pemilihan saluran distribusi hasil pembelian (60%) penggilingan padi menjual beras kepada pedagang besar dan sisanya (40%) penggilingan padi menjual kepada pedagang pengecer. Dalam hal distribusi beras sebenarnya semua penggilingan padi juga melayani pembelian dari konsumen yang dekat dengan lokasi penggilingan, akan tetapi dalam jumlah yang sangat kecil.

Sementara kapasitas giling mereka mampu memproduksi gabah sampai dengan 120 ton sampai 200 ton gabah dalam empat bulan. Jadi, pemilihan saluran distribusi tersebut merupakan pangsa pasar utama yang dimiliki masing-masing pelaku penggilingan padi. yakni a) Dari penggilingan padi ke pedagang besar dan b) Dari penggilingan padi ke pedagang pengecer.

#### **d. Distribusi Hasil Pembelian oleh Pedagang Pengepul**

Hasil Perhitungan analisis deskriptif persentase mengenai pemilihan saluran distribusi hasil pembelian gabah/beras pedagang pengepul di Kota Probolinggo dapat ditampilkan pada tabel 6.11.

Tabel 6.11 Distribusi Hasil Pembelian Pedagang Pengepul

NO	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Pengecer	3	60,00
2	Konsumen	2	40,00
	<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data primer (2016)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 6.11 di atas, dapat dilihat bahwa pemilihan saluran distribusi hasil pembelian gabah, keseluruhan responden pedagang pengepul (100%) menjualnya kepada pedagang pengecer dan konsumen, dalam hal ini pengepul bertindak sebagai penyuplai untuk pedagang pengecer di pasar maupun di toko-toko yang ada. Pedagang pengepul menjual ke pedagang pengecer sebesar (60%), sisanya (40%) menjual hasil pembelian gabah ke konsumen. Responden pedagang pengepul di Kecamatan Kademangan merupakan pedagang perantara (*broker*) yang mempunyai gudang penyimpanan beras dan beberapa kendaraan angkut (truk) sebagai kebutuhan *supplier* untuk pedagang pengecer.

#### e. Distribusi Hasil Pembelian Beras oleh Pedagang Pengecer.

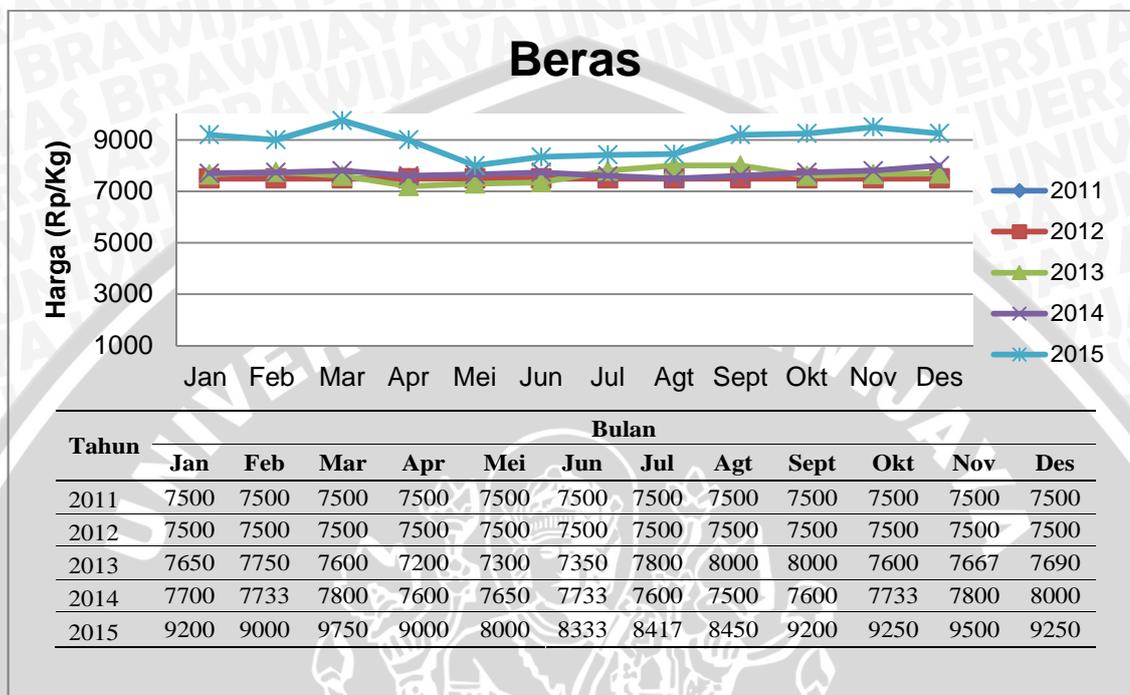
Hasil perhitungan analisis deskriptif mengenai saluran distribusi dan hasil pembelian gabah/beras oleh pedagang pengecer kepada pihak pedagang pengepul, atau melalui pihak pemilik penggilingan di Kota Probolinggo terlihat dalam pelaksanaannya pihak pedagang pengecer menjual langsung produk beras kepada konsumen.

### 6.4 Pola Distribusi Harga dan Stabilitas Harga Komoditi Beras

Tercukupinya pasokan bahan pangan pokok bagi masyarakat, juga berdampak terhadap harga pasar dari bahan pokok tersebut. Ketika permintaan masyarakat dan penawaran yang diberikan berjalan secara seimbang, maka juga akan mempengaruhi kestabilan harga daripada barang yang dibutuhkan oleh masyarakat tersebut.

Berikut merupakan data perkembangan harga bahan pokok yang terdiri dari komoditi, beras pada tahun 2011 hingga tahun 2015.

Sebaran harga pada komoditi beras di Kota Probolinggo disajikan pada Gambar 6.3



Gambar 6.3 Sebaran harga pada Komoditi Beras

Dari Gambar 6.3 di atas, dapat dilihat bahwa pada Tahun 2011 dan tahun 2012 menjadi tahun paling stabil untuk harga beras, dimana nominal rata-rata harga beras setiap bulannya berada pada angka 7.500 rupiah. Hal tersebut menunjukkan terjadinya keseimbangan antara kebutuhan masyarakat dan pemenuhan stok beras di pasar, sehingga masyarakat dapat menikmati hasil stabilnya kondisi tersebut. Menginjak tahun berikutnya, 2013, mulai terjadi kenaikan harga. Hal ini ditunjukkan oleh harga pada awal tahun yang mulai naik menyentuh nominal 7.650 rupiah per kilogramnya. Pada tahun yang sama hampir setiap bulannya harga yang berada di pasar tidak menunjukkan nominal yang sama, atau kesamaan harga pada bulan-bulan tertentu. Harga tertinggi berada pada nominal 8.000 rupiah bulan Agustus dan September, sedangkan nominal terendah berada pada 7.2000 rupiah per kilogram di bulan April.

Melihat pada data tahun 2013, hampir sama halnya di tahun 2014, harga beras juga mengalami kenaikan dan penurunan, namun masih tergolong dalam kondisi stabil. Nominal terendah berada di bulan April, dimana angka menyentuh harga 7.600 rupiah. Sedangkan harga tertinggi berada di akhir tahun yang menyentuh 8.000 rupiah.

Pada Tahun berikutnya, 2015, menjadi tahun dimana harga beras mengalami lonjakan kenaikan bila dibanding empat tahun sebelumnya. Harga rata-rata tertinggi berada di bulan Maret yang menyentuh angka hingga 9.750 rupiah per kilogramnya, sedangkan harga terendah berada di tahun yang sama berada di bulan Mei, harga menyentuh nominal 8.000 rupiah.

Naik turunnya harga bahan pokok di kalangan masyarakat yang selama ini sering terjadi, diakibatkan oleh ketidakseimbangan antara permintaan yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan pasokan bahan pokok di dalam pasar. Mengatasi hal tersebut pemerintah perlu mengupayakan untuk membuat kebijakan yang tepat.

## **6.5 Analisa SWOT untuk setiap Komoditi Bahan Pangan Pokok**

### **6.5.1 Analisis SWOT pada Distribusi Komoditi Padi/Beras**

#### **a. Faktor Internal**

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam yang mempengaruhi kekuatan dan kelemahan distribusi produksi padi/beras yang sedang di analisis. Yang termasuk faktor internal dalam analisis SWOT untuk komoditi beras adalah penjelasan faktor-faktor internal yang dimiliki oleh usaha distribusi beras, diuraikan berikut.

##### **a.1. Kekuatan (*Strength*)**

1. Kapasitas gudang beras yang ada sangat memadai
2. Jumlah tenaga kerja cukup memadai
3. Manajemen pengelolaan usaha telah berjalan baik

4. Berkembangnya teknologi di bidang usahatani padi
5. Meningkatnya tenaga kerja berpengalaman dalam produksi beras

#### **a.2. Kelemahan (*Weakness*)**

1. Kapasitas mesin produksi beras terbatas
2. Biaya produksi perusahaan meningkat
3. Modal usaha perusahaan terbatas
4. Mutu beras yang dihasilkan belum optimal
5. Tingkat pendidikan formal tenaga kerjarendah

#### **b. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar yang mempengaruhi peluang dan ancaman obyek yang sedang di analisis. Yang termasuk faktor eksternal dalam analisis SWOT adalah penjelasan faktor-faktor eksternal yang dimiliki oleh bidang penangkapan ikan di laut.

##### **b.1. Peluang (*Opportunity*)**

1. Kemitraan dengan pasar dan pemasok bahan baku yang harmonis
2. Pasar beras terbuka lebar
3. Kebijakan pemerintah sangat mendukung
4. Bahan baku gabah berkesinambungan
5. Konsumen terus meningkat

##### **b.2. Ancaman (*Threat*)**

1. Daya saing dan citra produk meningkat
2. Akses permodalan lemah
3. Isu beras berklorin

4. Kesadaran konsumen terhadap mutu
5. Tingkat persaingan usaha yang ketat

### **c. Alternatif Strategi pada Distribusi Komoditi Padi/Beras**

#### **c.1 Strategi S-O**

1. Meningkatkan mutu beras dalam usaha mempertahankan dan memperluas pangsa pasar yang telah ada
2. Meningkatkan optimasi produksi untuk pemenuhan kebutuhan pasar
3. Meningkatkan usaha kemitraan dalam menjaga ketersediaan bahan baku gabah
4. Pemanfaatan sumberdaya lahan dan subsidi untuk meningkatkan produksi padi.guna memenuhi permintaan beras
5. Pelaksanaan UU pelestarian lahan secara konsisten untuk memper tahankan lahan sbg asset produktif petani.

#### **c.2 Strategi W-O**

1. Mempersiapkan SDM yang berpendidikan untuk penguasaan dan penerapan teknologi dan informasi.
2. Memperluas akses modal untuk menunjang kegiatan produksi.
3. Melakukan optimalisasi dan revitalisasi terhadap mesin produksi untuk menciptakan beras bermutu.
4. Penyediaan kredit lunak yang mudah diakses petani.
5. Pelaksanaan undang-undang pelestarian lahan secara konsisten. Untuk mencegah makin sempitnya pemilikan lahan.

#### **c.3 Strategi S-T**

1. Optimasi produksi beras bermutu

2. Peningkatan dan mempertahankan mutu beras sesuai dengan grade dan mutu beras untuk menjaga loyalitas konsumen
3. Melakukan usaha-usaha promosi
4. Pemanfaatan sumberdaya lahan yang ada secara optimal. Untuk mengkompensasi kebutuhan sawah baru dan meningkatkan produktivitas serta daya saing usaha tani padi.
5. Peningkatan mutu intensifikasi untuk meningkatkan pendapatan, daya saing dan posisi tawar

#### c.4. Strategi W-T

1. Penerapan teknologi produksi untuk mendapatkan beras bermutu
2. Meningkatkan kegiatan pembinaan, penyuluhan dan pengawasan mutu beras dari pengawas mutu hasil pertanian
3. Penerapan teknologi biaya rendah dengan keterbatasan modal utk menekan biaya produksi agar mampu bersaing dengan beras impor.
4. Peningkatan mutu sdm melalui jalur informal untuk bidang produksi dan pemasaran.

Gambaran Matris Analisis SWOT untuk distribusi Komoditi Beras disajikan pada tabel 6.12 berikut.

Tabel 6.12 Tabel Analisis Swot pada Komodoti Beras.

	<b>Strenght :</b>	<b>Weaknes :</b>
<b>Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kapasitas gudang sangat memadai</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kapasitas mesin produksi beras terbatas</li> </ol>
<b>Eksternal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Jumlah tenaga kerja cukup memadai</li> <li>3. Manajemen pengelolaan usaha telah berjalan baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Biaya produksi perusahaan meningkat</li> <li>3. Modal usaha perusahaan terbatas</li> </ol>

	<p>4. Berkembangnya teknologi pertanian di bidang usahatani padi</p> <p>5. Meningkatnya tenaga kerja berpengalaman dalam produksi beras</p>	<p>4. Mutu beras yang dihasilkan belum optimal</p> <p>5. Tingkat pendidikan formal tenaga kerjanya rendah</p>
<p><b>Opportunities:</b></p> <p>1. Kemitraan dengan pasar dan pemasok bahan baku yang harmonis</p> <p>2. Pasar beras terbuka lebar</p> <p>3. Kebijakan pemerintah sangat mendukung</p> <p>4. Bahan baku gabah berkesinambungan</p> <p>5. Konsumen terus meningkat</p>	<p><b>S-O :</b></p> <p>1. Meningkatkan mutu beras dalam usaha mempertahankan dan memperluas pangsa pasar yang telah ada</p> <p>2. Meningkatkan optimasi produksi untuk pemenuhan kebutuhan pasar</p> <p>3. Meningkatkan usaha kemitraan dalam menjaga ketersediaan bahan baku gabah</p> <p>4. Pemanfaatan sumberdaya lahan dan subsidi untuk meningkatkan produksi padi guna memenuhi permintaan beras</p> <p>5. Pelaksanaan UU pelestarian lahan secara konsisten untuk memper</p>	<p><b>W-O :</b></p> <p>1. Mempersiapkan SDM yang berpendidikan untuk penguasaan dan penerapan teknologi dan informasi.</p> <p>2. Memperluas akses modal untuk menunjang kegiatan produksi.</p> <p>3. Melakukan optimalisasi dan revitalisasi terhadap mesin produksi untuk menciptakan beras bermutu.</p> <p>4. Penyediaan kredit lunak yang mudah diakses petani.</p> <p>5. Pelaksanaan undang-undang pelestarian lahan secara konsisten. Untuk mencegah makin sempitnya pemilikan lahan.</p>

	tahankan lahan sbg asset produktif petani.	
<p><b>Threats:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya saing dan citra produk meningkat</li> <li>2. Akses permodalan lemah</li> <li>3. Isu beras berklorin</li> <li>4. Kesadaran konsumen terhadap mutu</li> <li>5. Tingkat persaingan usaha yang ketat</li> </ol>	<p><b>S-T :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Optimasi produksi beras bermutu</li> <li>2.Peningkatan dan mempertahankan mutu beras sesuai dng grade dan mutu beras untuk menjaga loyalitas konsumen</li> <li>3.Melakukan usaha-usaha promosi</li> <li>4.Pemanfaatan sumberdaya lahan yang ada secara optimal. Untuk mengkompensasi kebutuhan sawah baru dan meningkatkan produktivitas serta daya saing usaha tani padi.</li> <li>5.Peningkatan mutu intensifikasi untukmeningkatkan pendapatan. daya saing dan posisi tawar</li> </ol>	<p><b>W-T ;</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Penerapan teknologi produksi untuk mendapatkan beras bermutu</li> <li>2.Meningkatkan kegiatan pembinaan, penyuluhan dan pengawasan mutu beras dari pengawas mutu hasil pertanian</li> <li>3.Penerapan teknologi biaya rendah dengan keterbatasan modal utk menekan biaya produksi agar mampu bersaing dengan beras impor.</li> <li>4.Peningkatan mutu sdm melalui jalur informal untuk bidang produksi dan pemasaran</li> </ol>

d. Pemilihan Alternatif Strategi

<b><u>Kekuatan (S)</u></b>	
S1. Produk bermutu	5
S2. Tenaga kerja setempat	3
S3. Peralatan semi modern S4. Kapasitas produksi besar	4 4
S5. Pelayanan yang baik terhadap konsumen	5
S6. Manajemen mutu	5
S7. Pangsa pasar luas	5
<b><u>Kelemahan (W)</u></b>	
W1. Produksi belum optimal	5
W2. Kurangnya promosi	4
W3. Harga jual produk relatif tinggi	5
W4. SDM relatif rendah	4
W5. Biaya produksi semakin tinggi	5
W6. Pemasaran belum optimal	5

<b><u>Peluang (O)</u></b>	
	5
O1. Meningkatnya permintaan beras	4
O2. Terbukanya pasar ekspor	4
O3. Meningkatnya konsumsi masyarakat per kapita	5
O4. Pangsa pasar masih luas	4
O5. Hubungan baik dengan pemasok	4
O6. Pertumbuhan ekonomi membaik	
<b><u>Ancaman (T)</u></b>	
	4
T1. Nilai tukar rupiah fluktuatif	5
T2. Inflasi tinggi	3
T3. Banyaknya pesaing	2
T4. Adanya produk pengganti	4
T5. Kondisi pasar global	

Tabel 6.13. Tingkat kepentingan unsur SWOT pada Distribusi Beras

Keterangan :1 = Sangat tidak penting

2 = Tidak penting

3 = Sedang

4 = Penting

5 = Sangat penting

Setelah diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku distribusi, maka tahap selanjutnya adalah pemilihan terhadap alternatif strategi yang paling efektif untuk diimplementasikan dalam pemetaan distribusi beras. Gambaran tingkat kepentingan unsur-unsur SWOT pada distribusi padi/beras disajikan pada Tabel 6.13 berikut:

Pemilihan alternatif strategi tersebut dilakukan dengan cara memberikan bobot pada setiap unsur SWOT yang telah diidentifikasi sesuai dengan tingkat kepentingannya. Tingkat kepentingan dari unsur SWOT diberi bobot 1, 2, 3, 4 dan 5. Setelah pembobotan terhadap unsur-unsur SWOT dilakukan, maka selanjutnya menentukan nilai kepentingan dari setiap alternatif strategi yang diperoleh dalam analisis SWOT yang didasarkan pada jumlah akumulasi keterkaitan antar unsur SWOT yang menghasilkan strategi (Tabel 13). Dari hasil penjumlahan itu, masing-masing alternatif strategi diberi peringkat (*ranking*) yang merupakan urutan strategi terbaik berdasarkan kondisi perusahaan saat ini. Alternatif strategi yang terpilih untuk diimplementasikan dari 5 ranking tertinggi, yaitu ranking 1, 2, 3, 4 dan 5.

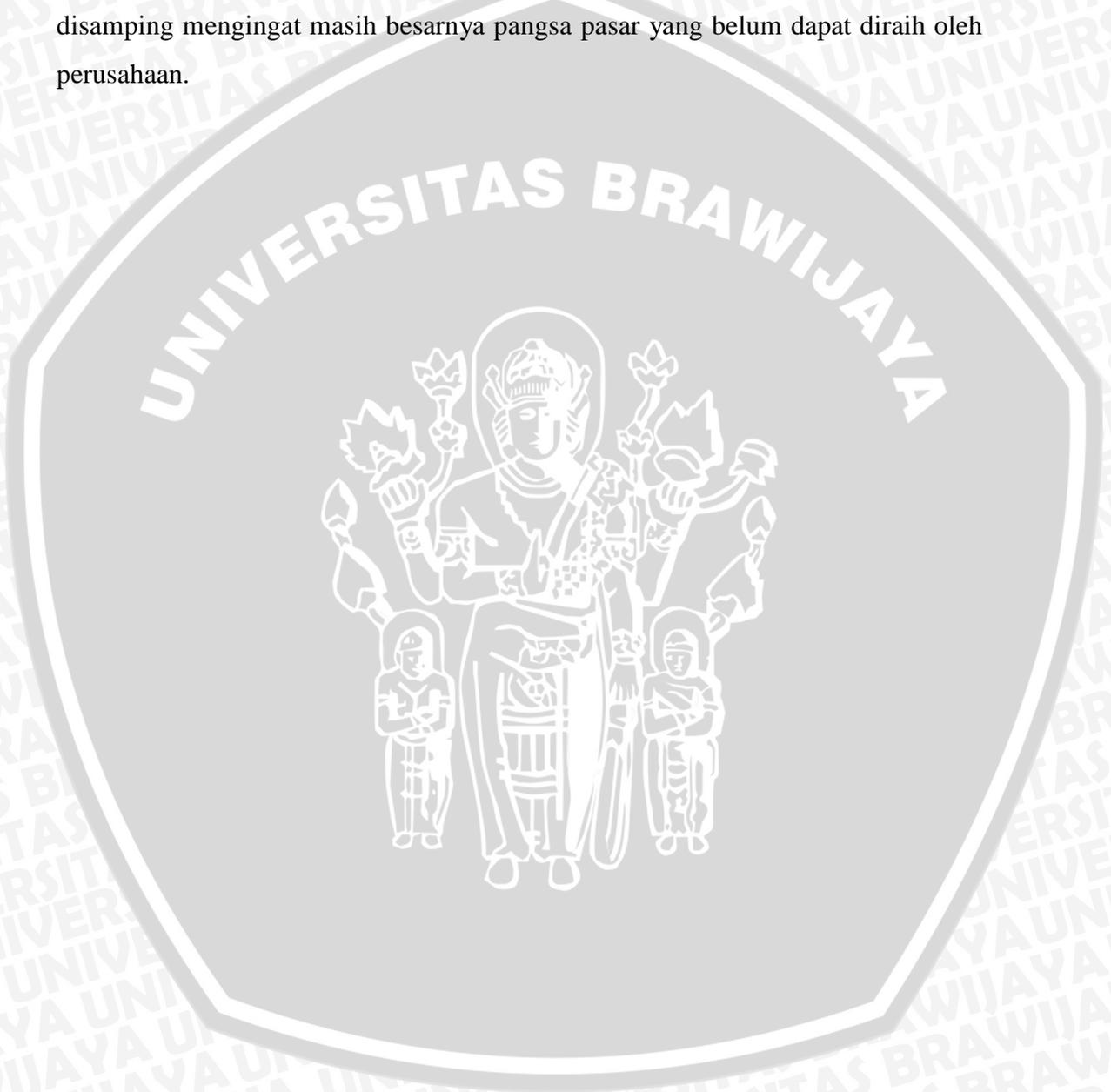
## e. Kesimpulan dan saran

### e.1. Kesimpulan

Kondisi internal sedikit lebih lemah dibandingkan dengan kondisi eksternal, sehingga petani belum dapat memanfaatkan peluang yang ada. Posisi petani berada dalam masa pertumbuhan dengan inti strategi berupa *market penetration* dan *market development*, terutama dalam membuat saluran-saluran distribusi untuk meraih *potensial market* yang masih luas. Dalam hal ini, strategi terbaik yang dapat dilaksanakan adalah mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, mempertahankan harga jual produk di pasar, mempertahankan komitmen terhadap mutu produk, meningkatkan kinerja bagian pemasaran dan mengoptimalkan kapasitas produksi.

## e.2. Saran

. Pembinaan dan pengembangan mutu SDM dalam hal penerapan sistem manajemen yang efektif, pemahaman terhadap teknik penanganan produk pangan yang baik. menggali pangsa pasar potensial yang ada dengan mengoptimalkan kinerja bagian pemasaran untuk memperluas pangsa pasar yang sudah ada, disamping mengingat masih besarnya pangsa pasar yang belum dapat diraih oleh perusahaan.



## BAB VII

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1 Kesimpulan

1. Pola distribusi yang terjadi di kota probolinggo ada tiga pola, namun yang biasanya terjadi adalah petani menjual hasil pertanian gabah/beras kepada tengkulak, lalu tengkulak menjualnya kepada pihak penggiling, dan penggiling merubah nilai dari gabah menjadi beras. Setelah itu penggiling menjual beras kepada pedagang pengepul yang nantinya akan disalurkan kepada pedagang pengecer lalu kepada konsumen.
2. Tingkat aksesibilitas komoditi beras di masyarakat kota Probolinggo tergolong tinggi, masyarakat dengan mudah dapat mengakses atau memperoleh beras dengan mudah dikarenakan letak geografis yang strategis, infrastruktur yang memadai serta letak kota Probolinggo yang dilewati berbagai kendaraan dari provinsi Jawa Timur menuju ke provinsi Bali.
3. Berdasarkan pendekatan SWOT maka strategi yang paling efektif untuk efisiensi distribusi beras dikota probolinggo antara lain dengan mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, mempertahankan harga jual produk di pasar, mempertahankan komitmen terhadap mutu produk, meningkatkan kinerja bagian pemasaran dan mengoptimalkan kapasitas produksi.

#### 7.2 Saran

1. Perlunya peningkatan infrastruktur yang memunjang agar petani dapat memperoleh profit yang sesuai tanpa dipotong oleh selisih margin yang ada, seperti misalnya subsidi dari pemerintah terkait harga untuk hasil pertanian, atau pemberian sarana prasarana penggilingan kepada petani agar keuntungan yang diperoleh bisa optimal.
2. Perlu peningkatan dalam implementasi, sinkronisasi, strategi dan keterpaduan dalam pemenuhan kebutuhan akan komoditi beras.

3. Perlunya pemanfaatan potensi dan peluang yang ada untuk kemungkinan produksi komoditi beras serta perlunya peningkatan kemampuan sumberdaya manusia dan lingkungan hidup.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous, 2001, *Program Kerja Pembangunan Kewaspadaan Pangan*, Pusat Kewaspadaan Pangan 2001 – 2004, Pusat Kewaspadaan Pangan, Badan Ketahanan Pangan, Departemen Pertanian, Jakarta. R
- Anderson, E., *et. al.*, 1997, *Strategic Channel Design*, Journal of Loan Management, Review, 59 – 69
- Anindita, R., 2003, “*Dasar-dasar Pemasaran Hasil Pertanian*”, Universitas Brawijaya, Malang
- Arifin, Bustanul, 2007, “*Disparitas Harga Gabah dan Harga Beras*”, Unisosdem, UNILA, Jakarta
- Barichello, Rick, 2000, *Evaluating Government Policy for Food Security: Indonesia*, University of Joana Nowakowska-Grunt, 2009, Strategy of distribution in food industry companies
- Basu, Swasta, Irawan, 1988, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Bulog, 2012, “*Kebijakan Penadaan Gabah dan Beras*”, Instruksi Presiden Nomor 3, Jakarta
- Deptan, 1997, SK. Mentan No. 940/Kpts/OT210/10/1997, *Pedoman Kemitraan Usaha Pertanian*, Departemen Pertanian, Jakarta
- Friedmann dan douglass, 1975, *Pengembangan Agropolitan : Menuju Siasat Baru Perencanaan Regional di Asia*, The seminar on industrialization strategies and the growth pole approach to regional planning and development :the Asian experiences, 4 – 13 november 1995, United Nation Centre for Regional Development, Nagoya, Japan, Terjemahan oleh perencanaan nasional 1996
- Kotler dan amstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*, Erlangga, Jakarta
- Laksana, Fajar, 2008, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Mardianto, Sudi, *et. al.*, 2005, “*Dinamika Pola Pemasaran Gabah dan Beras di Indonesia*”, Forum Penelitian Agro Ekonomi, vol 23, No.2., Bogor

- Nuryanti, Sri, 2003, "*Analisis Distribusi Marjin Pemasaran Gabah dan Beras di Jawa Tengah*", Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Departemen Pertanian, Bogor
- Rahayu, Endang, 2009, "*Mereposisi Peran Pemasaran Pertanian Dalam Revitalisasi Pertanian*", Universitas Negeri Surakarta, Surakarta
- Syahza, Almasdi, 2003, "*Paradigma Baru: Pemasaran Produk Pertanian Berbasis Agribisnis*", Jurnal Ekonomi, TH. VIII/01/juli, PPDI & Fakultas Ekonomi Tarumanegara, Jakarta
- Supriatna, Ade, 2003, "*Analisis Sistem Pemasaran Gabah dan Beras (Studi Kasus: Petani Padi di Sumatera Utara)*", Puslitbang Sosek Pertanian. Bogor
- Sutrisno, 2010, "*Upaya Peningkatan Pendapatan Petani Melalui Pemasaran Beras*", Kantor Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Pati, Pati
- Tambunan, Tulus, 2008, "*Tata Niaga dan Pengendalian Harga Beras di Indonesia*", Kamar Dagang dan Industri Indonesia







UNIVERSITAS BRAWIJAYA

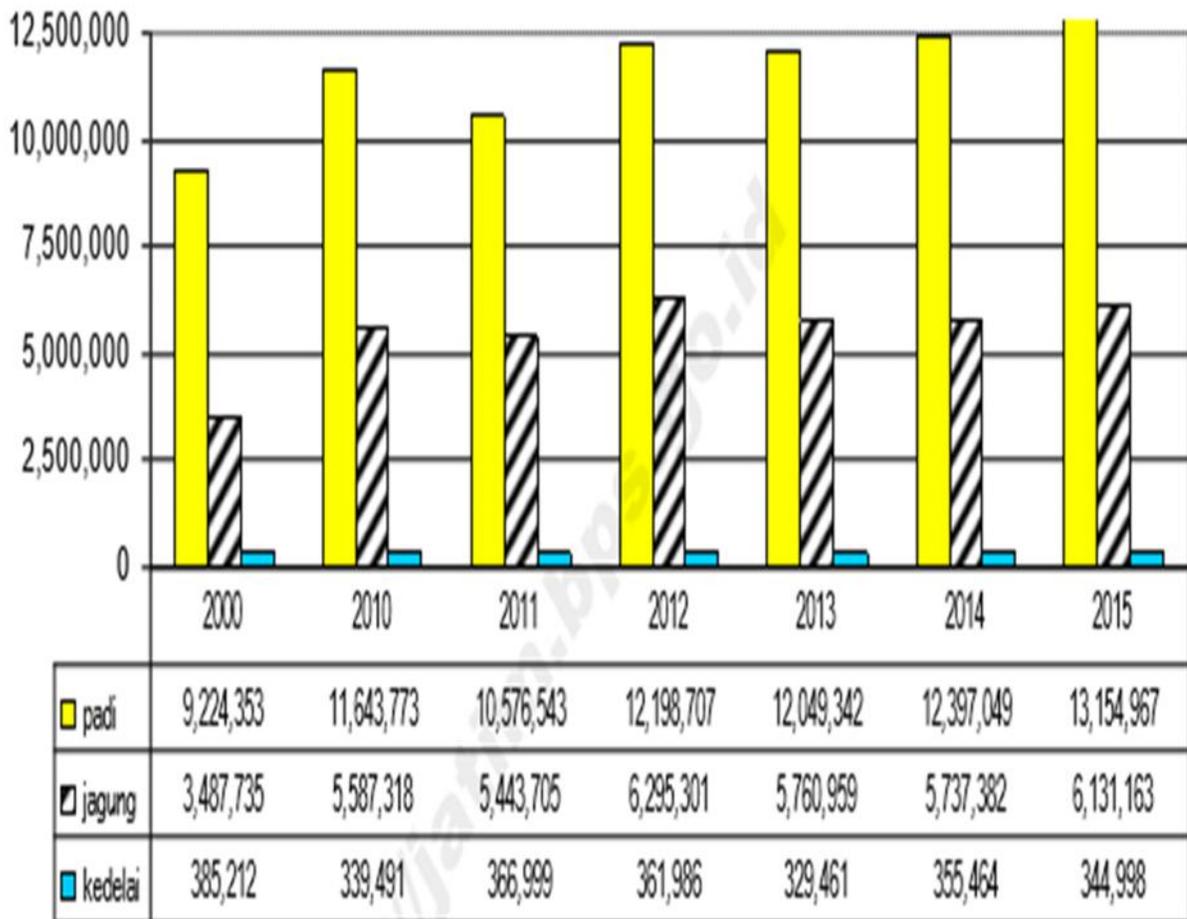


**Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Padi Menurut Kecamatan**  
*Harvest area, Production and Productivity of Paddy by Subdistrict*  
**2014**

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Luas Panen <i>Harvested Area</i> (Ha)	Produksi (GKP) <i>Production</i> (Ton)	Produktivitas <i>Productivity</i> (Kw/Ha)
(1)	(2)	(3)	(4)
1 Kademangan	607	3 707,0	61
2 Kedopok	402	2 820,0	70
3 Wonoasih	386	2 925,0	76
4 Mayangan	176	1 196,0	68
5 Kanigaran	281	1 978,0	70
<b>Jumlah/Total :</b>	1 852	12 626,0	68
2013	2 270	16 339,4	
2012	2.335	13.526,0	
2011	2 260	12 551,7	
2010	2 260	12 551,7	

Sumber : Dinas Pertanian Kota Probolinggo.  
 Source : Agriculture Service of Probolinggo City

Gambar 1. Produksi Padi, Jagung dan Kedelai 2000-2015 (Ton)



Kabupaten/Kota	Luas Panen	Produktivitas	Produksi	Luas Panen	Produktivitas	Produksi
	(Ha)	(Ku/ha)	(Ton)	(Ha)	(Ku/ha)	(Ton)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
01 Pacitan	27.158	44,60	121.131	8.552	41,94	35.870
02 Ponorogo	31.506	63,54	200.194	28.796	59,72	171.968
03 Trenggalek	16.372	62,58	102.458	11.911	62,10	73.964
04 Tulungagung	24.398	59,19	144.411	19.256	62,14	119.665
05 Blitar	29.373	64,20	188.578	18.09	58,16	105.218
06 Kediri	31.578	60,30	190.428	18.847	56,01	105.563
07 Malang	22.488	67,16	151.036	27.821	63,38	176.326
08 Lumajang	33.768	54,43	183.812	27.134	59,54	161.559
09 Jember	76.943	64,38	495.358	65.751	57,68	379.219
10 Banyuwangi	46.485	64,53	299.971	47.397	65,25	309.256
11 Bondowoso	28.725	53,11	152.553	31.654	53,89	170.598
12 Situbondo	27.891	56,18	156.692	18.869	55,52	104.761
13 Probolinggo	32.699	45,73	149.543	23.428	48,08	112.634
14 Pasuruan	39.913	66,93	267.157	37.65	68,37	257.418
15 Sidoarjo	8.641	75,29	65.062	9.523	77,94	74.218
16 Mojokerto	24.763	67,13	166.231	21.088	49,26	103.870
17 Jombang	38.367	64,19	246.289	32.74	56,39	184.611
18 Nganjuk	40.407	62,73	253.468	33.901	56,23	190.633
19 Madiun	31.488	67,36	212.111	30.795	59,07	181.893
20 Magetan	21.369	68,43	146.237	19.581	56,07	109.782
21 Ngawi	45.651	62,54	285.495	45.978	58,69	269.863
22 Bojonegoro	73.058	63,86	466.581	58.198	46,07	268.109
23 Tuban	50.862	63,98	325.436	22.565	58,57	132.168
24 Lamongan	65.861	69,76	459.478	61.216	60,11	367.991
25 Gresik	30.234	76,80	232.193	24.877	51,27	127.547
26 Bangkalan	28.569	64,22	183.456	19.99	61,19	122.309
27 Sampang	33.416	54,42	181.835	13.246	50,78	67.262
28 Pamekasan	23.674	60,53	143.294	2.818	49,30	13.893
29 Sumenep	25.746	60,05	154.61	8.248	57,70	47.590
71 Kediri	981	55,40	5.435	779	53,35	4.156
72 Blitar	840	69,94	5.875	1.01	59,70	6.030
73 Malang	703	73,78	5.187	623	61,32	3.820
74 Probolinggo	1.467	63,37	9.296	982	46,38	4.555
75 Pasuruan	803	78,37	6.293	937	62,61	5.867
76 Mojokerto	372	62,34	2.319	273	47,18	1.288
77 Madiun	841	71,06	5.976	839	48,87	4.100
78 Surabaya	914	65,54	5.99	578	63,79	3.687
79 Batu	166	62,71	1.041	520	64,15	3.336
<b>JUMLAH</b>	<b>1.018.490</b>	<b>62,57</b>	<b>6.372.510</b>	<b>796.461</b>	<b>57,54</b>	<b>4.582.597</b>

*Produksi Padi dan Palawija 2015*

- 35 -