SKRIPSI

ANALISIS RANTAI PASOK PADI (*Oryza sativa* L.) DI DESA BALIREJO KECAMATAN ANGKONA KABUPATEN LUWU TIMUR

OLEH :

Putu Astari

45 18 033 014

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS BOSOWA

MAKASSAR

2022

SKRIPSI

Analisis Rantai Pasok Padi (*Oryza sativa* L.) Di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur

Putu Astari

45 18 033 014

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Pertanian

Pada

Jurusan Agribisnis

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS BOSOWA

MAKASSAR

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : **Analisis Rantai Pasok Padi *(Oryza sativa* L.*)* Di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur**

Nama : **Putu Astari**

Satmbuk : **45 18 033 014**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

Skripsi Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Ir. Aylee Christine, M.Si	**Dr. Ir. Faidah Azuz, M.Si**
NIDN. 0026126407	NIDN. 0011065702

Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian	Ketua Progran Studi Agribisnis
Ir. Andi Tenri Fitriyah, M.Si., Ph.D	**Dr. Ir. Faidah Azuz, M.Si**
NIDN. 0022126804	NIDN. 0011065702

Tanggal Lulus : 11 Agustus 2022

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Putu Astari

No. Stambuk : 4518033014

Jurusan : Agribisnis

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul " **Analisis Rantai Pasok Padi (*Oryza sativa* L.) Di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur**" merupakan karya tulis, seluruh ide yang ada dalam skripsi ini, kecuali yang saya nyatakan sebagai kutipan, merupakan ide yang saya susun sendiri. Selain itu, tidak ada bagian dari skripsi ini yang telah saya gunakan sebelumnya untuk memperoleh gelar atau sertifikat akademik.

Jika pernyataan di atas terbukti sebaliknya, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh Fakultas Pertanian Universitas Bosowa Makassar.

Makassar, 11 Agustus 2022

Putu Astari

ABSTRAK

PUTU ASTARI (45 18 033 014), Analisis Rantai Pasok Padi (*Oryza sativa* L.) Di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur. Dibimbing Oleh **AYLEE CHRISTINE** dan **FAIDAH AZUZ.**

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk untuk mengetahui rantai pasok padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur, untuk menganalisis efesiensi saluran pemasaran gabah di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur serta untuk menganalisis nilai tambah gabah pada penggilingan padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Mei 2022. Responden terdiri atas 51 orang petani, 1 orang pemilik penggilingan padi, 2 orang pedagang besar dan 2 orang pedagang kecil. Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu efisiensi pemasaran, margin pemasaran serta prosedur perhitungan niilai tambah dengan metode hayami.

Hasil penelitian menunjukan bahwa alur rantai pasok di Desa Balirejo terdapat 3 saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran gabah, saluran pemasaran beras dan saluran pemasaran dedak. Efisiensi pemasaran di Desa Balirejo ini termasuk dalam kategori efisien karena berada di <50%. Selain itu, Penggilingan padi di Desa Balirejo ini mampu memberikan nilai tambah terhadap pengolahan gabah karena nilai tambahnya >0 yaitu Rp 1.067.

Kata Kunci : Rantai Pasok, Efisiensi, Nilai Tambah

KATA PENGANTAR

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nyalah sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini dengan judul *"Analisis Rantai Pasok Padi (Oryza Sativa L.) Di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur"*. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata-1 di Fakultas Pertanian Universiatas Bosowa Makassar.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa meterial dan moral yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Aylee Christine, M.Si. Selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Ir. Faidah Azuz, M.Si. Selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis sampai terselesainya skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, motivasi, saran, dukungan dan dorongan moral dan material.
3. Untuk semua pihak yang telah ikut serta dalam membantu dan memberikan masukan serta solusi selama penyelesaian skripsi ini yang belum disebutkan tanpa mengurangi rasa hormat.

Sebagai manusia yang tidak luput dari kekeliruan, kekurangan dan keterbatasan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan.

Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun atau inovatif untuk perbaikan skripsi ini sangat perlu diberikan kepada penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi kehidupan kita sehari-hari. Amiin.

Wassalamu 'Aalaikum. Wr. Wb.

Makassar, 11 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI iii

ABSTRAK iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Padi 6
2.2 Rantai Pasok (Supply Chain) 7
2.3 Manajemen Rantai Pasok 9
2.4 Efisiensi Pemasaran 12
2.5 Lembaga dan Saluran Distribusi 14

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 17
3.2 Populasi dan Sampel 17
3.3 Jenis Data dan Sumber Data 17

3.4 Metode Analisis Data 18
3.5 Konsep Operasional 22

BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis 24
4.2 Keadaan Penduduk 24

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden 27
5.1.1 Umur Responden 27
5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden 28
5.1.3 Luas Lahan Responden 29
5.1.4 Pengalaman Responden 29
5.1.5 Status Kepemilikan Lahan Petani 31
5.2 Rantai Pasok Padi 31
5.2.1 Aliran Produk 32
5.2.2 Aliran Keuangan 34
5.2.3 Aliran Informasi 35
5.3 Efisiensi Pemasaran 36
5.4 Nilai Tambah 39

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 44
6.2 Saran 45

DAFTAR PUSTAKA 46
LAMPIRAN 48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami 21

Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Golongan Umur di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur 25

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur 25

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur 26

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....27

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....28

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan 29

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bertani.....29

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berdagang 30

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan.....31

Tabel 11. Perhitungan Nilai Tambah Pengolahan Gabah Menjadi Beras, Dedak dan Sekam 40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur Rantai Pasok Padi 32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden Tingkat Petani 48

Lampiran 2. Karakteristik Responden Tingkat Penggilingan Padi.....50

Lampiran 3. Karakteristik Responden Tingkat Pedagang Besar 50

Lampiran 4. Karakteristik Responden Tingkat Pedagang Kecil.....50

Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, diketahui bahwa sektor pertanian memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan sektor pertanian berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB), dalam penyerapan tenaga kerja, sebagai sumber ketersediaan pangan dan penciptaan kesempatan kerja atau usaha dalam peningkatan pendapatan masyarakat serta sebagai sumber perolehan devisa. Salah satu komoditi pertanian yang bernilai ekonomis serta mempunyai peluang yang besar untuk dikembangkan karena kedudukannya sebagai sumber utama karbohidrat ialah beras yang menjadi tujuan utama pembangunan nasional. Beras merupakan makanan pokok bagi lebih dari 95% penduduk Indonesia, juga menyediakan lapangan kerja bagi 21 juta rumah tangga melalui usahatani padi (Swastika dalam Suhnur, 2021).

Padi sebagai bahan makanan pokok bangsa Indonesia, kebutuhannya meningkat dari tahun ke tahun sehingga mengakibatkan peningkatan limbah sekam yang dihasilkan. Sekam padi merupakan produk samping dari industri penggilingan padi. Industri penggilingan dapat menghasilkan 65% beras, 20% sekam padi, dan 15% sisanya hilang. Penggilingan padi merupakan titik sentral dari agroindustri padi. Penggilingan padi mempunyai peranan yang sangat vital dalam mengkonversi padi menjadi beras yang siap diolah untuk dikonsumsi maupun untuk disimpan sebagai cadangan (Rachmat dalam Primasatya, 2020).

Indonesia merupakan produsen beras ketiga dengan konsumsi beras terbesar pertama di dunia. Dari tahun ke tahun kebutuhan beras di Indonesia semakin meningkat. Produksi beras pada 2021 untuk konsumsi pangan penduduk diperkirakan sebesar 31,69 juta ton, mengalami kenaikan sebanyak 351,71 ribu ton atau 1,12% dibandingkan produksi beras di 2020 yang sebesar 31,33 juta ton. Hal ini disebabkan oleh jumlah penduduk Indonesia yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Maclean dalam Pratasik, 2021).

BPS Sulawesi Selatan Tahun 2018 menunjukkan masyarakat di daerah Luwu Timur menjadi daerah ujung perbatasan Provinsi Sulawesi Selatan memiliki potensi yang cukup besar dibidang pertanian padi sawah. Sektor pertanian secara keseluruhan (termasuk tanaman pangan padi sawah) merupakan sektor penggerak utama perekonomian di Luwu Timur setelah pertambangan dengan pertumbuhan sekitar 8,15%. Tahun 2018, lahan sawah di Kabupaten Luwu Timur seluas 26.857 hektar. Kemudian untuk produksi padi di Luwu Timur mencapai 338.836,59 ton dari luas panen sebesar 45.545 hektar (BPS, 2019).

Rantai pasok (supply chain) adalah jaringan perusahaan yang secara bersama-sama bekerjasama untuk menciptakan dan mengantarkan produk sampai ke konsumen tingkat akhir. Rantai pasok berkaitan dengan alur distribusi barang dan jasa mulai dari tingkat produsen hingga sampai di tangan konsumen, untuk mengetahui aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi, efisiensi pemasaran, dan margin pemasaran pada rantai pasok padi serta dalam rantai pasok ini akan membentuk suatu kegiatan yang dapat menghasilkan nilai tambah produk. Mekanisme rantai pasok padi menjadi kajian yang penting untuk ditelusuri

sehingga dapat ditemukan faktor yang menjadi penggerak rantai. Analisis rantai pasok yang tepat dapat memberikan masukan dalam meningkatkan efisiensi distribusi komoditi gabah. Perlu dilakukan kajian untuk mengetahui kontribusi yang dilakukan oleh pelaku rantai pasok padi (Fadhlullah, 2018).

Rantai pasokan pada penggilingan padi memiliki aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Struktur rantai pasok menjelaskan mengenai pihak-pihak yang terlibat pada rantai pasokan gabah pada Penggilingan padi, pelaku dalam rantai pasok gabah adalah petani, pedagang pengumpul desa, penggilingan padi, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Dari rantai pasok gabah, Petani sebagai produsen utama sebagai penyedia bahan baku yaitu gabah. Pedagang pengumpul desa merupakan media bagi pengusaha Penggilingan padi untuk mendapatkan pasokan gabah. Penggilingan padi mengolah gabah menjadi beras, melakukan pengangkutan gabah, proses penjemuran, proses penggilingan, pengemasan dan penjualan ke Pedagang besar. Pedagang Besar melakukan kegiatan selanjutnya dengan menjual langsung ke pedagang pengecer dan konsumen (Primasatya dkk, 2020). Anggota rantai pemasok beras dimulai dari petani, pedagang pengumpul, penggilingan padi, pedagang besar, pedagang kecil dan konsumen. Pola saluran rantai tersebut sudah berjalan dalam waktu yang cukup lama. Petani merasa cukup terbantu dengan adanya pedagang pengumpul dalam menjual gabahnya. Pedagang pengumpul hanya menyalurkan gabah saja. Penggilingan padi melakukan seluruh kegiatan pengolahan dari gabah hingga menjadi beras putih (Nurmahdy, 2020).

Desa Balirejo yang terletak di Kecamatan Angkona merupakan bagian wilayah dari Kabupaten Luwu Timur, dimana sebagian besar masyarakatnya adalah petani padi, sehingga menjadikan desa ini sentra produksi padi yang dapat memenuhi rantai pasok padi. Dimana produksi padi di Desa Balirejo pada tahun 2020 mencapai 8.976 ton dengan luas panen sebesar 748 hektar (BPS, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana rantai pasok padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur?
2. Berapa besar efesiensi saluran pemasaran gabah di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur?
3. Berapa besar nilai tambah gabah pada penggilingan padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui rantai pasok padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur.
2. Untuk menganalisis efesiensi saluran pemasaran gabah di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur.
3. Untuk menganalisis nilai tambah gabah pada penggilingan padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan terutama yang berkaitan dengan topik penelitian serta merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Agribisnis.
2. Bagi pembaca, diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bahan acuan atau masukan terhadap penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Padi

Tanaman padi *(Oryza sativa L.)* merupakan tanaman pangan yang memiliki peran dan manfaat penting bagi kelangsungan hidup yang menjadi makanan pokok lebih dari setengah penduduk dunia karena mengandung nutrisi yang diperlukan tubuh. Menurut Poedjiadi kandungan karbohidrat padi giling sebesar 78,9 %, protein 6,8 %, lemak 0,7 % dan lain-lain 0,6 %. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk yang besar menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan pangan tersebut (Pratiwi dalam Silvia, 2021). Padi adalah tanaman penghasil beras yang merupakan sumber karbohidrat dimana kebutuhan beras terus meningkat karena peningkatan jumlah konsumen tidak di imbangi dengan produksi yang cukup, sehingga beras sebagai pangan pokok masyarakat Indonesia perlu dijaga ketersediaannya (Anggraini dkk dalam Silvia, 2021).

Lahan sawah merupakan media utama produksi padi dengan produktivitas yang relatif lebih baik jika dibandingkan dengan lahan kering dan lahan rawa. Saat ini produktivitas padi sawah di Indonesia berada pada peringkat ke-10 dari 30 negara utama penghasil beras dunia dan peringkat ke-3 di Asia setelah China dan Vietnam (Syakir dalam Silvia, 2021).

Taksonomi Padi berdasarkan (ITIS):
Kingdom : Plantae
Divisi : Tracheophyta
Kelas : Magnoliopsida
Ordo : Poales
Famili : Poaceae
Genus : Oryza L.
Spesies : Oryza sativa. L

2.2 Rantai Pasok (Supply Chain)

Menurut Pujawan dalam Aufar (2018) rantai pasok (supply chain) adalah jaringan beberapa perusahaan atau organisasi yang bekerja sama dalam menciptakan dan menyalurkan suatu produk sampai ke tangan konsumen atau pemakai akhir. Rantai pasok tidak hanya terdiri dari pemasok (supplier) dan pabrik, tetapi juga distributor, transportasi, pergudangan, toko dan konsumen sendiri. Dalam rantai pasok terdapat tiga aliran yang harus dikelola yaitu: aliran barang dari pemasok ke konsumen, aliran uang dari konsumen ke pemasok dan aliran informasi yang bergerak dua arah sepanjang rantai. Menurut Chopra dkk dalam Aulia (2019) tujuan yang hendak dicapai dari setiap rantai pasokan adalah untuk memaksimalkan nilai yang dihasilkan secara keseluruhan. Rantai suplai yang terintegrasi akan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh rantai suplai tersebut.

Rantai pasok (supply chain) terdiri atas semua pelaku yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pemenuhan permintaan pelanggan, yang mencakup produsen, pemasok input, jasa transportasi, pergudangan, pengecer, bahkan pelanggan sendiri (Chopra dalam Suhnur, 2021). Pelaku rantai pasok dari hulu ke hilir bertindak atas informasi yang diperoleh sesuai dengan kondisi di pasar. Setiap pelaku rantai pasok memiliki tujuan, dan strategi yang berbeda. Peran rantai pasok pada prinsipnya adalah untuk menambah nilai kepada produk, dengan cara memindahkannya dari suatu lokasi ke lokasi lain, dengan melakukan proses perubahan terhadapnya. Penambahan nilai tersebut dapat diterapkan pada aspek kualitasnya biaya-biaya, saat pengiriman, fleksibilitas pengiriman dan inovasi. Terdapat tiga macam aliran yang harus dikelola dalam

rantai pasok mulai dari hulu (sisi dimana barang masih berbentuk mentah) hingga ke hilir (sisi dimana barang sudah berbentuk produk akhir yang siap dikonsumsi oleh konsumen akhir) (Hidayat dkk dalam Suhnur, 2021).

Menurut Marimin dan Maghfiroh dalam Aulia (2019) mekanisme rantai pasok produk pertanian secara alami dibentuk oleh para pelaku rantai pasok itu sendiri. Pada negara yang sedang berkembang seperti Indonesia, mekanisme rantai pasok produk pertanian dicirikan dengan lemahnya produk pertanian dan komposisi pasar. Kedua hal tersebut akan menentukan kelangsungan mekanisme rantai pasok. Mekanisme rantai pasok produk pertanian dapat bersifat tradisional ataupun modern. Mekanisme tradisional adalah petani menjual produknya langsung ke pasar atau lewat tengkulak, dan tengkulak yang akan menjualnya ke pasar tradisional dan pasar swalayan. Mekanisme rantai pasok modern terbentuk oleh beberapa hal, antara lain mengatasi kelemahan karakteristik dari produk pertanian, meningkatkan permintaan kebutuhan pelanggan akan produk yang berkualitas, dan memperluas pasar pasar yang ada.

Menurut Simchi-Levi et al dalam Aulia (2019) masalah kunci yang terkait dalam pengelolaan rantai pasokan terdiri dari konfigurasi jaringan distribusi, pengendalian inventori, kontrak pemasokan, strategi distribusi, integrasi rantai pasokan dan kemitraan strategis, strategi perantaraan (procurement) dan outsourcing, desain produk, teknologi informasi dan sistem penunjang keputusan serta penilaian pelanggan. Pengelolaan rantai pasokan tidak hanya dilakukan agar seluruh bagian sistem memberikan kinerja keseluruhan yang efektif, tetapi juga efisien.

2.3 Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen rantai pasokan merupakan kegiatan pengelolaan kegiatan-kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah, mentransformasikan bahan mentah tersebut menjadi barang dalam proses dan barang jadi, dan mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi. Manajemen Rantai Pasokan menggambarkan koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Rantai pasokan mencakup pemasok, perusahaan manufaktur/penyedia jasa, dan perusahaan distributor, grosir atau pengecer yang mengantarkan produk atau jasa ke konsumen akhir (Heizer dan Render dalam Pongoh, 2016).

Menurut Anatan dan Lena dalam Rakhman (2018) manajemen rantai pasok merupakan strategi alternatif yang memberikan solusi dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengurangan biaya operasi dan perbaikan pelayanan konsumen dan kepuasan konsumen. Selain itu tujuan utama perusahaan adalah mencapai laba optimum guna memaksimalkan nilai para pemegang saham dan kesejahteraan stakeholder dalam perusahaan. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan harus meningkatkan kinerjanya dengan cara mengelola aktivitas bisnisnya secara efektif, efisien, dan ekonomis (Copra dan Maindel dalam Rakhman, 2018).

Manajemen rantai pasok merupakan tinjauan secara menyeluruh dan pengelolaan yang terpadu, terintegrasi dan saling terkait mulai dari hulu (input produksi) sampai ke hilir. Konsep manajemen rantai pasok tidak terbatas pada upaya memadukan kumpulan rantai pasok, namun mencakup pada seri aliran

barang/jasa, keuangan dan informasi yang dilakukan oleh setiap pelaku rantai bisnis (Hadiguna dalam Sepang, 2017). Menurut Irghandi dalam Aulia (2019) munculnya manajemen rantai pasokan dilatar belakangi oleh 2 (dua) hal pokok, yaitu: 1. Praktik manajemen logistik tradisional pada era modern ini sudah tidak relevan lagi, karena tidak dapat menciptakan keunggulan yang kompetitif 2. Perubahan dari lingkungan bisnis yang semakin cepat dengan persaingan yang semakin ketat. Kuatnya sebuah rantai pasokan tergantung pada kekuatan seluruh elemen yang ada di dalamnya. Sebuah pabrik yang sehat dan efisien tidak akan banyak berarti apabila pemasoknya tidak mampu memenuhi pengiriman tepat waktu.

Manajemen logistik yang kemudian berkembang menjadi manajemen rantai pasokan adalah sistem terintegrasi yang mengkoordinasikan keseluruhan proses di organisasi/perusahaan dalam mempersiapkan dan menyampaikan produk/jasa kepada konsumen. Proses ini mencakup perencanaan (plan), sumber input bagi proses (source, misalnya pengiriman bahan mentah dari pemasok), proses transformasi input menjadi output (make, transportasi, distribusi, pergudangan (deliver), sistem informasi dan pembayaran produk/jasa, sampai produk/jasa tersebut dikonsumsi oleh konsumen, serta layanan pengembalian produk/jasa (return) (Martono dalam Pongoh, 2016).

Menurut Kalakota dalam Irghandi dalam Aulia (2019) manajemen rantai pasokan merupakan koordinasi dari bahan, informasi dan arus keuangan antara 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, yaitu:

a. Arus bahan 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.

Menurut Turban, Rainer dan Porter dalam Aulia (2019) terdapat 3 (tiga) macam komponen rantai pasokan, yaitu: a. Bagian hulu rantai pasokan meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para penyalurannya (dapat berupa manufaktur, assembler, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada pada penyalur mereka (para penyalur second-tier). Hubungan pada penyalur dapat diperluas menjadi beberapa tingkatan sesuai dengan kebutuhan dan semua jalur asal material. Contohnya langsung dari pertambangan, perkebunan dan lain-lain. Pada bagian hulu rantai pasokan, pengadaan merupakan aktivitas yang mendapat prioritas utama. b. Bagian internal rantai pasokan meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur menjadi produk perusahaan itu. Pada bagian internal rantai pasokan, perhatian utama difokuskan pada manajemen produksi, pabrikasi, dan pengendalian persediaan. c. Bagian hilir rantai pasok meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Pada bagian hilir rantai pasokan,

perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi, dan pelayanan purna jual.

2.4 Efisiensi Pemasaran

Kepuasan merupakan salah satu ukuran dari efisiensi, baik itu kepuasan di tingkat konsumen, produsen, atau pihak yang terlibat dalam distribusi produk atau jasa. Adapun ukuran kepuasan sulit untuk dianalisis dan sangat relatif, sehingga para ahli menggunakan ukuran efisiensi secara operasiona, harga, dan relatif untuk mengukur efisiensi tersebut (Kohls dan Uhl dalam Annisa, 2018). Efisiensi secara operasional digunakan sebagai ukuran untuk mengukur produktivitas dari input pemasaran yang digunakan. Selisih harga di tingkat petani dan konsumen atau marjin pemasaran, farmer's share, serta rasio keuntungan terhadap biaya merupakan ukuran yang digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran secara operasional. Marjin pemasaran yang rendah, nilai farmer's share yang tinggi, dan rasio keuntungan terhadap biaya lebih dari satu mengindikasikan bahwa pemasaran tersebut efisien (Asmarantaka dalam Annisa, 2018).

Efisiensi secara harga terkait pada kemampuan suatu sistem pemasaran dalam melakukan alokasi sumber daya serta melakukan koordinasi dengan hasil pertanian serta proses distribusi hasil pertanian tersebut sehingga efisien. Adapun untuk melihat apakah pasar efisien secara harga yaitu menggunakan analisis keterpaduan pasar. Keterpaduan pasar dilakukan untuk melihat hubungan harga, dimana keterpaduan atau integrasi ini dapat dianalisis melalui integrasi vertikal dan horizontal. Integrasi pasar secara vertikal dilakukan untuk melihat perubahan harga yang terjadi akibat adanya perubahan harga di pasar lain, dimana yang dimaksud

vertikal merupakan keterkaitan pihak-pihak pemasaran yang terlibat dalam rantai pemasaran yang sama (Asmarantaka dalam Annisa, 2018).

Selain itu, keterpaduan atau integrasi pasar dapat didefinisikan sebagai pengaruh harga dalam satu tingkat lembaga pemasaran di suatu pasar terhadap harga pada tingkat lembaga pemasaran lain. Pemasaran produk agribisnis dinyatakan efisien secara relatif apabila dalam aktivitas pemasaran tersebut terjadi proses penciptaan atau peningkatan nilai tambah terhadap produk agribisnis yang dipasarkan. Selain itu, bagaimana sistem pemasaran tersebut memberikan keuntungan yang sesuai dengan biaya yang dikorbankan oleh pelaku atau pihak pemasaran yang terlibat dimana hal tersebut dapat dilihat dari besarnya marjin pemasaran serta nilai farmer's share yang mampu mendorong petani untuk berproduksi di tingkat usaha tani (Asmarantaka dalam Annisa, 2018).

Efisiensi pemasaran adalah bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan "kepuasan" bagi semua lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Efisiensi pemasaran dapat dibedakan menjadi 2 yaitu efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis. Efisiensi teknis yang berarti pengendalian fisik mencakup prosedur, teknis, besarnya (skala) operasi dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan, mencegah mutu produk mengalami penurunan dan penghematan tenaga. Sedangkan efisiensi ekonomis dapat diartikan sebagai pemasaran yang diselenggarakan dengan biaya terendah yang dapat dilakukan dengan teknologi, keterampilan serta pengetahuan yang tersedia (Saefuddin dalam Aulia, 2019).

Margin pemasaran adalah salah satu ukuran yang digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran. Margin pemasaran didefinisikan sebagai perbedaan selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani atau dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan Rantai Pasok, mulai dari tingkat petani sampai ke titik konsumen akhir. Sesuai dengan hal tersebut, Hasyim (Faika, 2015) menyatakan margin pemasaran merupakan perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Dalam bidang pertanian, margin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan antara harga pada tingkat usaha tani dengan harga di tingkat konsumen akhir atau pedagang, dengan kata lain perbedaaan harga pada setiap tingkat pemasaran (Situmorang, 2021).

2.5 Lembaga dan Saluran Distribusi

Saluran pemasaran diartikan sebagai pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis atau usaha dalam mendistribusikan dan menyampaikan produk ataupun jasa mulai dari produsen (petani) hingga konsumen akhir. Pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas pemasaran tersebut saling melakukan fungsi atau aktivitas pemasaran sehingga menciptakan beberapa alternatif pilihan saluran pemasaran. Perbedaan pada saluran pemasaran ini memungkinkan terjadinya distribusi produk yang berbeda, dimana hal tersebut bergantung pada beberapa hal yaitu konsumen akhir dalam aliran tersebut, fungsi atau aktivitas yang dilakukan terhadap produk yang didistribusikan, serta jumlah pihak yang terlibat dalam melakukan distribusi produk. Lembaga pemasaran dapat didefinisikan sebagai organisasi bisnis, baik perorangan atau kelompok usaha yang melakukan atau mengembangkan suatu usaha berupa fungsi pemasaran dimana tujuan dari aktivitas

tersebut untuk memberikan nilai tambah atau nilai guna terhadap produk yang dipasarkan. Adapun nilai guna tersebut dapat berupa bentuk, tempat, waktu, serta kepemilikan. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran diantaranya pedagang perantara, agen perantara, spekulator, pengolah dan pabrikan, serta organisasi (Kohls dan Uhl dalam Annisa, 2018).

Menurut FAO dalam dalam Aulia (2019) secara umum prinsip saluran distribusi produk pertaian yang berasal dari perusahaan pertanian (agribusinesses farmers) melewati empat rantai pemasaran yaitu (1) pemasaran langsung (direct sales), (2) pengecer (retailer) (3) grosir (wholesaler) dan (4) agen dan broker. Selain pemasaran secara langsung dari perusahaan pertanian ke lembaga pemasaran, dapat juga terjadi pemasaran berantai dari mulai agen dan broker kemudian ke grosir selanjutnya ke pengecer.

Menurut Kotler dan Keller dalam Aulia (2019) untuk mencapai pasar sasaran, pemasaran menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu (1) saluran komunikasi menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli, (2) saluran distribusi untuk menggelar, menjual atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan dan (3) saluran layanan yaitu untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli. Saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Sebuah saluran pemasaran melaksanakan fungsinya dengan memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal itu penting sebagai upaya dalam mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan pemilikan yang

memisahkan barang atau jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya (Cristovao dalam Aulia, 2019).

Pilihan saluran pemasaran merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam memasarkan produk. Saluran pemasaran yang berbeda memberikan tingkat keuntungan dan biaya yang berbeda pula. Selain itu saluran pemasaran yang dipilih dan digunakan oleh pedagang dalam memasarkan komoditas padi memiliki pengaruh terhadap keuntungan yang akan diterima, sehingga pedagang akan memilih saluran yang lebih menguntungkan baginya. Kemudahan dalam melakukan transaksi, harga jual, lokasi pemasaran, kuantitas produksi, dan ketersediaan informasi pasar seringkali menjadi pertimbangan utama bagi pedagang dalam memilih saluran pemasaran (Chalwe dalam Aulia, 2019).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (purposive), dengan pertimbangan bahwa di Desa Balirejo ini satu-satunya terdapat penggilingan padi yang ada di Kecamatan Angkona. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2022.

3.2 Populasi, Sampel dan Informan Kunci

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari semua petani padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur yang berjumlah 510 orang petani.

3.2.2 Sampel

Petani sampel berjumlah 10% dari populasi yaitu 51 orang petani yang dipilih secara acak sederhana. Selain itu, sampel pada penelitian ini terdiri dari 1 orang pemilik penggilingan padi, 2 orang pedagang besar dan 2 orang pedagang kecil yang dipilih secara purposive. Jadi total sampel pada penelitian ini terdiri dari 56 orang.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer diperoleh dari observasi, dan wawancara dengan menggunakan kuesioner.

Data sekunder adalah data yang mendukung data primer yang diperoleh dari instansi terkait. Data sekunder ini diperoleh dari kantor desa, badan pusat statistik, jurnal-jurnal penelitian dan lainnya yang dianggap perlu.

3.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui rantai pasok padi di Kecamatan Angkona. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Misbahuddin dalam Suntani, 2021).

Untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran dilakukan dengan menggunakan konsep efisiensi pemasaran dimana efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan, sehingga dapat dirumuskan (Soekartawi dalam Suntani, 2021):

$$EP = \frac{TB}{TNB} \times 100\ \%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya (rupiah)

TNP = Total Nilai Produk (rupiah)

Penarikan kesimpulan dapat dilihat berdasarkan perbandingan nilai efisiensi pemasaran (EP) pada setiap model rantai pasokan. Rantai pasokan yang memiliki tingkat efisiensi pemasaran lebih tinggi adalah rantai pasokan yang memiliki nilai efisiensi pemasaran (EP) lebih kecil.

Selain itu, untuk melihat efisiensi pemasaran juga dapat dilihat berdasarkan nilai margin pemasaran pada rantai pasokan padi di Penggilingan Padi Desa Balirejo. Pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan analisis margin pemasaran. Berikut ini rumus perhitungan margin pemasaran gabah, beras, dedak dan sekam di Penggilingan Padi Desa Balirejo (Rahim dan Hastuti, 2007):

1. Rumus margin pemasaran gabah

$$MP_g = Pr_g - Pf_g$$

Keterangan:

MP_g = margin pemasaran gabah (rupiah/kg)

Pr_g = harga di tingkat konsumen gabah atau penggilingan (rupiah/ kg)

Pf_g = harga di tingkat petani (rupiah/ kg)

Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil marjin pemasaran gabah, maka semakin efisien suatu pemasaran. Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

a. Jika $Pf_g > MP_g$, maka pemasaran gabah adalah efisien.

b. Jika $Pf_g < MP_g$, maka pemasaran gabah adaah tidak efisien

2. Rumus margin pemasaran beras

$$MP_b = Pr_b - Pf_b$$

Keterangan:

MP_b = margin pemasaran beras (rupiah/kilogram)

Pr_b = harga di tingkat konsumen beras (rupiah/kilogram)

Pf_b = harga beras di penggilingan padi Desa Balirejo (rupiah/ kilogram)

Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil margin pemasaran beras, maka semakin efisien suatu pemasaran. Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

a. Jika $Pf_b > MP_b$, maka pemasaran beras adalah efisien.

b. Jika $Pf_b < MP_b$, maka pemasaran beras adalah tidak efisien.

3. Rumus margin pemasaran sekam

$$MP_s = Pr_s - Pf_s$$

Keterangan:

MP_s = margin pemasaran sekam (rupiah/kg)

Pr_s = harga di tingkat konsumen sekam (rupiah/kg)

Pf_s = harga sekam di penggilingan padi Desa Balirejo (rupiah/ kg)

Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil marjin pemasaran sekam, maka semakin efisien suatu pemasaran. Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

a. Jika $Pf_s > MP_s$, maka pemasaran sekam adalah efisien.

b. Jika $Pf_s < MP_s$, maka pemasaran sekam adalah tidak efisien.

4. Rumus margin pemasaran dedak

$$MP_d = Pr_d - Pf_d$$

Keterangan:

MP_d = margin pemasaran dedak (rupiah/kg)

Pr_d = harga di tingkat konsumen dedak (rupiah/kg)

Pf_d = harga dedak di penggilingan padi Desa Balirejo (rupiah/ kg)

Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil marjin pemasaran dedak, maka semakin efisien suatu pemasaran. Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

a. Jika $Pf_d > MP_d$, maka pemasaran dedak adalah efisien.

b. Jika $Pf_d < MP_d$, maka pemasaran dedak adalah tidak efisien

Nilai tambah pengolahan gabah di analisis dengan menggunakan nilai tambah metode hayami yang dapat dilihat pada Tabel 1:

Tabel 1. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

No	Variabel	Nilai
I	**Output, Input dan Harga Output**	
1	Output	(1)
2	Input	(2)
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK)	(3)
4	Faktor konversi	(4) = (1)/ (2)
5	Koefisien tenaga Kerja (HOK/kg)	(5) = (3)/(2)
6	Harga output (Rp)	(6)
7	Upah tenaga kerja (Rp/HOK)	(7)
II	**Penerimaan dan Keuntungan**	
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	(8)
9	Sumbangan input lain (Rp/kg)	(9)
10	Nilai output (Rp/kg)	(10) = (4) x (6)
11	a. Nilai tambah (Rp/kg)	(11a) = (10) – (9) – (8)
	b. Rasio nilai tambah (%)	(11b) = (11a/10) x 100%
12	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/kg)	(12a) = (5) x (7)
	b. Pangsa tenaga kerja (%)	(12b) = (12a/11a) x 100%
13	a. Keuntungan (Rp/kg)	(13a) = (11a) – (12a)
	b. Tingkat leuntungan (%)	(13b) = (13a/11a) x 100%
III	**Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi**	
14	Margin (Rp/kg)	(14) = (10) – (8)
	a. Pendapatan tenaga kerja (%)	(14a) = (12a/14) x 100%
	b. Sumbangan input lainnya (%)	(14b) = (9/14) x 100%
	c. Keuntungan pengusaha (%)	(14c) = (13a/14) x 100%

Sumber : Sudiyono, 2004

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

a. Apabila nilai tambah > 0 artinya perlakuan tersebut mampu memberikan nilai tambah.
b. Apabila nilai tambah < 0 maka artinya perlakuan tersebut tidak mampu memberikan nilai tambah

3.5 Definisi Operasional

1. Penggilingan padi adalah salah satu tahapan pascapanen padi yang berperan dalam mengolah gabah menjadi beras yang siap diolah untuk dikonsumsi.
2. Rantai pasok adalah sistem yang dilalui lembaga untuk menyalurkan komoditi gabah sampai ke konsumen.
3. Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya gabah dengan total nilai produk gabah yang dipasarkan.
4. Margin pemasaran adalah perbedaan harga (Rp) gabah yang dibayar konsumen dengan harga (Rp) yang diterima petani.
5. Saluran pemasaran merupakan serangkaian lembaga-lembaga yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan komoditi gabah siap untuk digunakan atau dikonsumsi.
6. Petani padi adalah orang yang melakukan usaha tani padi lahan sawah yang dikelola berdasarkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan padi.
7. Pemilik penggilingan padi adalah orang yang memiliki usaha dalam mengolah padi dari gabah menjadi beras.

8. Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli beras dari penggilingan dalam jumlah besar dan memiliki gudang untuk menampung beras.
9. Pedagang pengecer adalah pedagang pengecer yang membeli beras dari pedagang besar untuk dijual langsung kepada konsumen.
10. Konsumen adalah orang yang secara langsung mengonsumsi beras, baik bagi kepentingan diri sendiri maupun untuk kebutuhan industri.

BAB IV

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

Desa Balirejo adalah salah satu wilayah pemerintahan Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur, dengan luas wilayah 8,24 km^2 yang terdiri atas 5 dusun yakni Dusun Kenanga, Dusun Cempaka, Dusun Jempiring, Dusun Melati, dan Dusun Nusa Indah. Adapun jarak Desa Balirejo dengan Kabupaten adalah 45 km. Secara Administratif Desa Balirejo memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah utara : Sumber Makmur
2. Sebelah selatan : Solo
3. Sebelah timur : Tawakua
4. Sebelah barat : Wanasari

Berdasarkan letak geografis Desa Balirejo, yang kondisinya lingkungan (alamnya) sebagian besar adalah tanah persawahan dan perkebunan dengan klasifikasi tanah yang subur yang dikelola oleh masyarakat sebagai petani.

4.2 Keadaan Penduduk

Penduduk dapat dipandang sebagai potensi sumber daya manusia yang menjadi modal dasar (asset) bagi suksesnya pembangunan, karena itu peranannya akan menentukan bagi perkembangan satu wilayah baik dalam skala regional maupun nasional. Jumlah penduduk Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur berjumlah 1.883 jiwa. Untuk mengetahui keadaan penduduk di Desa Balirejo dapat dilihat dari segi umur, jenis kelamin dan Pendidikan.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Golongan Umur di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur

No	Golongan Umur (tahun)	Jenis Kelamin		Jumlah (orang)	Persentase (%)
		Laki-laki	Perempuan		
1	0-24	431	353	801	42,54
2	25-49	352	335	745	39,56
3	50-74	167	173	259	13,76
4	75+	28	44	78	4,14
	Jumlah	**978**	**905**	**1883**	**100,00**

Sumber: Kantor Desa Balirejo (2022)

Berdasarkan tabel 2 di atas jumlah tertinggi penduduk di Desa Balirejo berada pada rentang usia 0-24 tahun yang berjumlah sekitar 801 orang dengan persentase 42,54%, pada usia 25-49 tahun yang berjumlah sekitar 745 orang dengan persentase 39,56%, 50-74 tahun yang berjumlah sekitar 259 orang dengan persentase 13,76%, sedangkan jumlah terendah berada pada usia 75 tahun ke atas yang berjumlah sekitar 78 orang dengan persentase 4,14%.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur

No	Uraian	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Tidak tamat SD	456	393	849
2	Tamat SD	216	214	430
3	Tamat SMP	95	88	183
4	Tamat SMA/SMK	181	174	355
5	Tamat perguruan tinggi	30	36	66
6	Kejar paket			
	Paket A	-	-	-
	Paket B	-	-	-
	Paket C	-	-	-
	Jumlah	**978**	**905**	**1883**

Sumber: Kantor Desa Balirejo (2022)

Berdasarkan tabel 3 di atas, umumnya penduduk di Desa Balirejo berada pada tingkat pendidikan SD, SMP, dan SMA yaitu sekitar 968 orang, sedangkan tingkat pendidikan diploma, S1, S2, dan kejar paket adalah sekitar 66 orang dan penduduk yang tidak mampu menyelesaikan pendidikan SD, SMP, dan SMA adalah sekitar 849 orang. Hal ini terlihat bahwa tingkat pendidikan yang ada di Desa Balirejo harus di tingkatkan karena sangat berpengaruh pada kualitas hidup seseorang yang bertujuan untuk meningkatkan intelektual atau cara berpikir seseorang.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur

No	**Agama**	**Jenis Kelamin**		**Jumlah (orang)**	**Persentase (%)**
		Laki-laki	**Perempuan**		
1	Islam	107	99	206	10,94
2	Hindu	870	806	1.676	89,01
3	Kristen	1	-	1	0,05
4	Buddha	-	-	-	
	Jumlah	**978**	**905**	**1883**	**100,00**

Sumber: Kantor Desa Balirejo (2022)

Berdasarkan tabel 4 di atas, penduduk di Desa Balirejo pada umumnya beragama Hindu yaitu berjumlah sekitar 1.676 orang dengan persentase 89,01%, jumlah penganut agama Islam yakni 206 orang dengan persentase 10,94%, serta jumlah penganut agama Kristen yakni 1 orang dengan persentase 0,05%. Mayoritas agama di Desa Balirejo yaitu agama Hindu dan agama Islam dan Kristen sebagai agama minoritas, akan tetapi mereka mampu hidup rukun dan berdampingan antara satu sama lain.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah petani dan pemilik penggilingan padi yang ada di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur serta pedagang besar dan pedagang kecil yang membeli beras pada penggilingan padi tersebut, yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Karakteristik yang dimaksud yaitu umur, tingkat pendidikan, luas lahan, dan pengalaman berusaha.

5.1.1 Umur Responden

Umur sangat mempengaruhi kemampuan dalam bekerja dan berfikir, sehingga secara langsung akan mempengaruhi produksi padi. Pada umumnya petani yang berusia muda mempunyai kemampuan fisik lebih baik dan lebih cepat mengadopsi teknologi dibandingkan dengan petani yang berusia tua, namun petani yang berusia tua mempunyai pengalaman kerja yang lebih matang dan lebih banyak dalam berusaha.

Berdasarkan hasil wawancara pada 56 orang responden penelitian yang terdiri dari 51 orang petani padi, 1 orang penggiling padi, 2 orang pedagang besar dan 2 orang pedagang kecil/pengecer diperoleh data sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	21 - 40	21	37,50
2	41 - 60	30	53,57

3	61 - 80	5	8,93
	Jumlah	**56**	**100**

Sumber: Data Primer Setelah diolah,2022

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar berada pada rentang usia 41-60 tahun yaitu sebanyak 25 orang dengan persentase 53,57%, pada rentang usia 21-40 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 37,50%, sedangkan jumlah responden terkecil berada pada rentang usia 61-80 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 8,93%.

5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan sangat erat kaitannya dengan produktivitas dan aktivitas ekonomi. Kemiskinan suatu bangsa juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan suatu bangsa. Sehingga pendidikan merupakan kunci dalam meningkatkan produktivitas masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. Tingkat pendidikan responden di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur tahun 2022 dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	11	19,64
2	SMP	12	21,43
3	SMA/Sederajat	29	51,79
4	S1	4	7,14
	Jumlah	**56**	**100**

Sumber: Data Primer Setelah diolah,2022

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa tingkat sebaran pendidikan responden terbesar berada pada tingkat SMA/sederajat sebanyak 29 orang dengan persentase 51,79%, pada tingkat SD sebanyak 11 orang dengan persentase 19,64%, pada tingkat SMP/sederajat sebanyak 12 orang dengan

persentase 21,43%, sedangkan tingkat sebaran pendidikan responden terkecil berada pada tingkat S1 sebanyak 4 orang dengan persentase 7,14%.

5.1.3 Luas Lahan Responden

Seperti yang kita ketahui lahan merupakan hal utama dalam usaha tani, karena semakin besar luas lahan maka semakin besar produktivitas yang di hasilkan. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh berbagai luas lahan dari beberapa responden dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	0-2	42	82,35%
2	3-5	9	17,65%
	Jumlah	**51**	**100**

Sumber: Data Primer Setelah diolah,2022

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa luas lahan responden terbesar berada pada rentang 0-2 ha sebanyak 42 petani dengan persentase sebesar 82,35%, sedangkan luas lahan responden terkecil berada pada rentang 3-6 ha sebanyak 9 petani dengan persentase sebesar 17,65%.

5.1.4 Pengalaman Bertani, Menggiling padi, dan Berdagang Responden

Berdasarkan penelitian ini, dapat diperoleh tingkat pengalaman yang berbeda-beda pada setiap usahanya dari beberapa responden, mulai dari bertani, menggiling padi, sampai dengan berdagang, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bertani

No	Pengalaman Bertani (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1 - 15	14	27,45
2	16 - 30	28	54,90

3	31 - 45	7	13,73
4	46 - 60	2	3,92
	Jumlah	**51**	**100**

Sumber: Data Primer Setelah diolah,2022

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa lama pengalaman bertani responden terbesar berada pada rentang 16-30 tahun sebanyak 28 orang dengan persentase 54,90%, pada rentang 1-15 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 27,45%, pada rentang 31-45 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 13,73% sedangkan lama pengalaman bertani responden yang terkecil berada pada rentang 46-60 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 3,92%.

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden pada tingkat penggilingan padi yang terdiri dari 1 responden penelitian didapatkan bahwa responden memiliki pengalaman menggiling padi sekitar 3 tahun.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berdagang

No	Pengalaman Berdagang (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-5	2	50
2	6-10	1	25
3	11-15	1	25
	Jumlah	**4**	**100**

Sumber: Data Primer Setelah diolah,2022

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui pada tingkat pedagang dari 4 responden penelitian didapatkan bahwa pengalaman berdagang pada rentang 1-5 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 50%, pengalaman berdagang pada rentang 6-10 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 25% dan pengalaman berdagang pada rentang 11-15 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 25%.

5.1.5 Status Kepemilikan Lahan Petani

Status kepemilikan lahan akan berpengaruh pada pengambilan keputusan petani terhadap lahan tersebut, jika lahan tersebut milik pribadi maka petani akan lebih leluasa untuk mengambil keputusan-keputusan dalam penggunaan lahan tersebut. Selain itu kepemilikan lahan juga akan mempengaruhi besarnya kecilnya biaya produksi dan penerimaan. Status kepemilikan lahan Petani di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur tahun 2022 dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan

No	Status Lahan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Milik pribadi	46	90,20
2	Sewa	5	9,80
	Jumlah	**51**	**100**

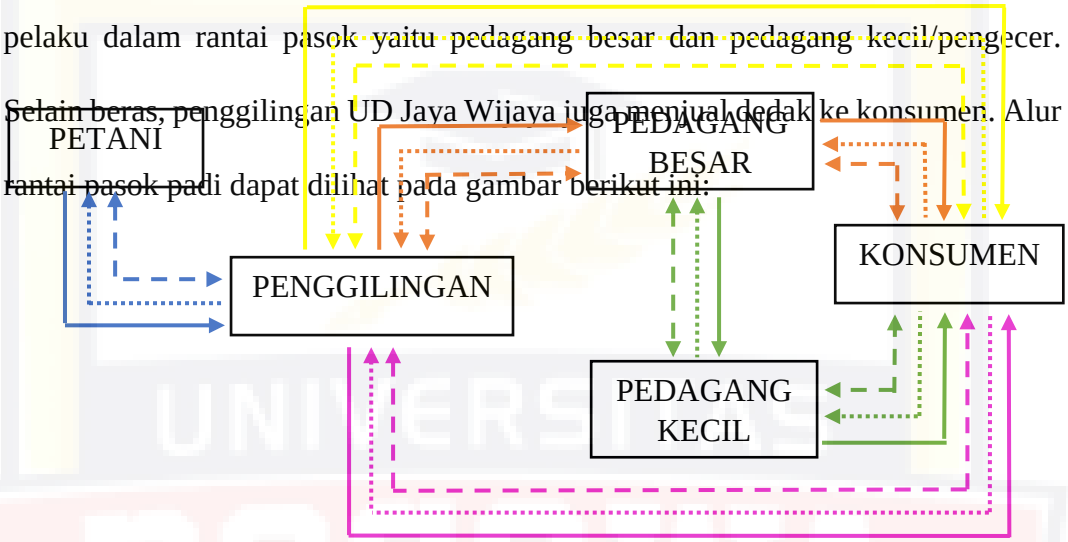
Sumber: Data Primer Setelah diolah,2022

Berdasarkan tabel 10, dapat diketahu bahwa status lahan kepemilikan petani yang berstatus milik sendiri berjumlah 46 orang dengan persentase 90,20%, dan status kepemilikan lahan yang berstatus sewa berjumlah 5 orang dengan persentase 9,80%.

5.2 Rantai Pasok Padi

Struktur rantai pasok menjelaskan mengenai pihak-pihak yang terlibat pada rantai pasokan padi, pelaku dalam rantai pasok padi adalah petani, penggilingan padi, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Alur rantai pasok padi di Desa Balirejo berawal dari petani yang memasok gabah ke penggilingan UD Jaya

Wijaya, kemudian UD Jaya Wijaya yang menjual beras untuk dikonsumsi, beras ini dijual di berbagai wilayah Indonesia untuk dikonsumsi masyarakat umum. Dalam pendistribusian beras Penggilingan UD Jaya Wijaya membutuhkan lembaga atau pelaku dalam rantai pasok yaitu pedagang besar dan pedagang kecil/pengecer. Selain beras, penggilingan UD Jaya Wijaya juga menjual dedak ke konsumen. Alur rantai pasok padi dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Alur Rantai Pasok Padi

Keterangan:

- = Saluran Pemasaran Gabah
- = Saluran Pemasaran Beras Tingkat 1
- = Saluran Pemasaran Beras Tingkat 2
- = Saluran Pemasaran Beras Tingkat 3
- = Saluran Pemasaran Dedak
- = Aliran Produk
- = Aliran Keuangan
- = Aliran Informasi

Dalam rantai pasok padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur terdapat 3 aliran yang harus dikelola yaitu aliran produk, aliran keuangan dan informasi yang saling terkait pada pelaku rantai pasok.

5.2.1 Aliran Produk

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat diketahui jaringan saluran pada aliran produk (dilihat dari gambar 1), yaitu untuk saluran pemasaran gabah (1) petani padi – UD Jaya Wijaya. Untuk saluran pemasaran beras (1) UD Jaya Wijaya – konsumen beras, (2) UD Jaya Wijaya – pedagang besar luar Provinsi – konsumen beras, dan (3) UD Jaya Wijaya – pedagang besar luar Provinsi – pedagang kecil luar Provinsi – konsumen beras. Untuk saluran pemasaran dedak yaitu (1) UD Jaya Wijaya – konsumen dedak. Untuk sekam akan diberikan kepada konsumen yang membutuhkan sekam tanpa membayar sekam tersebut. Pemilik penggilingan juga memanfaatkan sekam ini untuk dibawa ke sawahnya sebagai pupuk.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Pujawan dalam Aufar (2018) menyatakan bahwa aliran produk bergerak dari dari pemasok ke konsumen atau dari hulu ke hilir. Aliran produk gabah pada jaringan 1, yaitu pihak UD Jaya Wijaya melakukan pembelian gabah dari petani dengan volume rata-rata pembelian sebanyak 10.000 kg/sekali pembelian. Aliran produk beras pada jaringan 1, UD Jaya Wijaya menjual beras ke konsumen sebanyak 200 kg/hari. Aliran produk beras pada jaringan 2, pedagang besar membeli beras pada UD Jaya Wijaya dengan volume rata-rata pembelian 35.000 kg/bulan, kemudian dijualkan ke konsumen sebanyak 200 kg/hari. Aliran produk jaringan 3, pedagang besar membeli beras pada UD Jaya Wijaya dengan volume rata-rata pembelian sebanyak 45.000 kg/bulan, kemudian dijual ke pedagang kecil dengan volume rata-rata pembelian sebanyak 3.500 kg/bulan dan selanjutnya dijualkan ke konsumen sebanyak 200 kg/hari. Aliran produk

dedak pada jaringan 1 yaitu UD Jaya Wijaya menjual dedak ke konsumen sebanyak 300 kg/hari.

5.2.2 Aliran Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui jaringan saluran pemasaran pada aliran keuangan (dilihat dari gambar 1), yaitu untuk saluran pemasaran gabah (1) petani padi – UD Jaya Wijaya. Untuk saluran pemasaran beras (1) UD Jaya Wijaya – konsumen beras, (2) UD Jaya Wijaya – pedagang besar luar Provinsi – konsumen beras, (3) UD Jaya Wijaya – pedagang besar luar Provinsi – pedagang kecil luar Provinsi – konsumen beras, (4) UD Jaya Wijaya – pedagang kecil luar Provinsi – konsumen beras. Untuk saluran pemasaran dedak (1) UD Jaya Wijaya – konsumen dedak.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Pujawan dalam Aufar (2018) menyatakan bahwa aliran keuangan bergerak dari konsumen ke pemasok atau dari hilir ke hulu. Aliran keuangan mengalir dari konsumen hingga petani padi (produsen). Aliran keuangan gabah pada jaringan 1, pihak UD Jaya Wijaya melakukan pembelian gabah dari petani dengan harga Rp 4.100/kg. Aliran keuangan beras pada jaringan 1, UD Jaya Wijaya menjual beras ke konsumen dengan harga Rp 8.300/kg. Aliran keuangan beras pada jaringan 2, pedagang besar membeli beras pada UD Jaya Wijaya dengan harga 8.300/kg, kemudian dijualkan ke konsumen dengan harga Rp 9.100/kg. Aliran produk jaringan 3, pedagang besar membeli beras pada UD Jaya Wijaya dengan harga 8.300/kg,

kemudian dijual ke pedagang kecil dengan harga Rp 9.000/kg dan selanjutnya dijualkan ke konsumen dengan harga Rp 9.540/kg. Aliran keuangan dedak pada jaringan 1 yaitu UD Jaya Wijaya menjual dedak ke konsumen dengan harga Rp 3.500/kg.

Sistem pembayaran gabah dari UD Jaya Wijaya ke petani yaitu menggunakan sistem pembayaran tunda sampai pihak penggilingan menjual beras ke pedagang dengan batas pembayaran paling lama 1 bulan. Sistem pembayaran beras dari pedagang besar luar Provinsi ke UD Jaya Wijaya yaitu sebelum beras dikirim maka menggunakan sistem pembayaran secara tunai atau bisa setengah dari total pembelian. Sistem pembayaran beras dari pedagang kecil luar Provinsi ke pedagang besar luar Provinsi juga menggunakan sistem pembayaran secara tunai atau bisa setengah dari total pembelian.

5.2.3 Aliran Informasi

Aliran informasi merupakan aliran yang bergerak dari dua arah yaitu dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu. Hal ini sesuai dengan pernyataan Pujawan dalam Aufar (2018) menyatakan bahwa aliran informasi bergerak dua arah sepanjang rantai yaitu dari hilir ke hulu dan dari hulu ke hilir. Aliran informasi yang terjadi dalam rantai pasok padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur menunjukkan bahwa arus informasi sudah terintegrasi dengan baik. Kegiatan informasi bisa dilakukan melalui via telepon atau pada saat kedua belah pihak saling bertemu langsung. Aliran informasi yang berjalan antar lembaga atau pelaku dalam rantai pasok padi

meliputi informasi harga pasar, jenis bibit, jumlah permintaan, jumlah persediaan, hingga status pengambilan serta pengiriman gabah, beras dan dedak.

5.3 Efisiensi Pemasaran

Analisis efisiensi pemasaran dapat diukur untuk mengetahui efisiensi rantai pasok karena dalam rantai pasok terdapat kegiatan pemasaran. Dalam efisiensi pemasaran pada rantai pasok padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur dimana pemasarannya terdapat beberapa saluran yang berperan sebagai lembaga yaitu petani, Penggilingan UD Jaya Wijaya, pedagang besar dan pedagang kecil. Adanya lembaga pemasaran tersebut akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran sehingga dapat dilihat efisien atau tidaknya dalam rantai pasok padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur.

1. Efisiensi pemasaran gabah

   $$EP = \frac{496}{10.000} \times 100\ \% = 4{,}96\%$$

2. Efisiensi pemasaran beras

   a. Saluran pemasaran tingkat 1

   $$EP = \frac{97}{4.980} \times 100\ \% = 1{,}95\%$$

   b. Saluran pemasaran tingkat 2

   $$EP = \frac{642}{4.980} \times 100\ \% = 12{,}89\%$$

   c. Saluran pemasaran tingkat 3

$$EP = \frac{697}{4.980} \times 100\ \% = 14\%$$

3. Efisiensi pemasaran Dedak

$$EP = \frac{49}{420} \times 100\ \% = 10{,}21\%$$

Hasil efisiensi pemasaran berdasarkan perhitungan di atas, pada saluran pemasaran gabah pada tingkat 1 memiliki efisiensi sebesar 4,96%. Saluran pemasaran gabah pada tingkat 1 termasuk dalam kategori efisien karena hasil efisiensi pemasarannya adalah 4,96% berada di <50%. Hal ini sesuai dengan pernyataan Soekartawi dalam Aulia (2019) bila efisiensi pemasaran <50% maka saluran pemasaran dikatakan efisien, begitu pula sebaliknya.

Saluran pemasaran beras terdiri dari 3 pola saluran pemasaran yaitu efisiensi saluran pemasaran beras pada tingkat 1 adalah sebesar 1,95% dan efisiensi saluran pemasaran beras pada tingkat 2 adalah 12,89% dan efisiensi saluran pemasaran beras pada tingkat 3 adalah 14%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut saluran pemasaran beras yang paling efisien adalah saluran pemasaran pada tingkat 1, karena saluran pemasaran pada tingkat 1 memiliki nilai efisiensi pemasaran yang paling kecil. Saluran pemasaran dedak terdiri dari 1 saluran pemasaran yang memiliki efisiensi sebesar 10,21% artinya bahwa saluran pemasaran dedak efisien karena berada di <50%.

Selanjutnya setelah mengetahui perhitungan efisiensi pemasaran juga dilakukan perhitungan mengenai margin pemasaran. Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima produsen dan harga yang diterima konsumen. Perhitungan margin pemasaran pada rantai pasok padi di Desa Balirejo terbagi

menjadi 4 bagian yaitu gabah, beras, dedak dan sekam. Pembagian ini dilakukan karena terjadi perubahan bentuk dari gabah menjadi beras, dedak dan sekam.

1. Margin pemasaran gabah

   MP_g = Rp 4.100 – Rp 4.100 = Rp 0

2. Margin pemasaran beras

   a. Saluran pemasaran tingkat 1

      MP_b = Rp 8.300 – Rp 8.300 = Rp 0

   b. Saluran pemasaran tingkat 2

      MP_b = Rp 9.100 – Rp 8.300 = Rp 800

   c. Saluran pemasaran tingkat 3

      MP_b = Rp 9.540 – Rp 9.000 = Rp 540

3. Margin pemasaran Dedak

   MP_d = Rp 3.500 – Rp 3.500 = Rp 0

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai margin pemasaran gabah pada saluran tingkat 1 adalah Rp 0. Dalam hal ini petani berperan sebagai produsen dan penggilingan UD Jaya Wijaya berperan sebagai konsumen yang nantinya akan mengolah gabah menjadi beras. Harga jual rata-rata di tingkat konsumen adalah Rp 4.100. Berdasarkan hasil perhitungan terlihat bahwa saluran pemasaran gabah tingkat 1 termasuk dalam kategori efisien karena nilai margin pemasaran lebih kecil dari harga di tingkat konsumen.

Saluran pemasaran beras terdiri dari 3 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran tingkat 1, saluran pemasaran tingkat 2 dan saluran pemasaran tingkat 3. Nilai margin pemasaran beras pada saluran tingkat 1 adalah sebesar Rp 0 per kg

beras. Saluran pemasaran yang kedua adalah saluran pemasaran tingkat 2 karena untuk menyalurkan beras dari Penggilingan UD Jaya Wijaya ke konsumen membutuhkan lembaga pemasaran yaitu pedagang besar. Nilai margin pemasaran dari saluran pemasaran beras tingkat 2 adalah Rp 800 berarti nilai margin pemasaran untuk setiap kg beras adalah Rp 800 dimana nilai ini didapatkan dari pengurangan antara harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen yaitu Penggilingan UD Jaya Wijaya. Saluran pemasaran yang ketiga adalah saluran pemasaran tingkat 3 yang dimana nilai margin pemasaran dari saluran pemasaran beras tingkat 3 adalah Rp 540 berarti nilai margin pemasaran untuk setiap kg beras adalah Rp 540 dimana nilai ini didapatkan dari pengurangan antara harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen yaitu pedagang besar. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa saluran pemasaran beras tingkat 1 adalah saluran pemasaran yang paling efisien diantara ketiga saluran pemasaran lainnya karena nilai marjin pemasaran lebih kecil dibandingkan harga di tingkat konsumen.

Penggilingan UD Jaya Wijaya selain memproduksi beras juga memproduksi dedak dan sekam. Saluran pemasaran dedak masih belum memiliki lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam menyalurkan dedak kepada konsumen tingkat akhir, sehingga margin pemasarannya Rp 0. Untuk sekam pada penggilingan ini tidak dijual karena belum ada peminat sehingga sekam ini diberikan kepada orang yang membutuhkan tanpa membayar.

5.4 Nilai Tambah

Nilai tambah juga merupakan salah satu tolak ukur dari rantai pasok padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur. Perhitungan nilai

tambah dalam proses pengolahan gabah bertujuan untuk mengukur besarnya nilai tambah yang terjadi akibat pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak yang siap untuk dipasarkan. Perhitungan nilai tambah yang digunakan adalah perhitungan nilai tambah dengan menggunakan metode hayami. Nilai tambah yang digunakan yaitu dalam satu kali produksi gabah (dalam 1 hari) tersaji dalam tabel di bawah ini:

Tabel 11. Perhitungan Nilai Tambah Pengolahan Gabah Menjadi Beras, Dedak dan Sekam

No	Variabel	Nilai
I	**Output, Input dan Harga Output**	
1	Output (kg)	
	a. Beras	6.000
	b. Dedak	1.200
	c. Sekam	2.400
	Total Output	9.600
2	Input	10.000
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK/hari)	15
4	Faktor konversi	
	a. Keseluruhan (beras, dedak dan sekam)	0,96
	b. Beras	0,60
	c. Dedak	0,12
	d. Sekam	0,24
5	Koefisien tenaga Kerja (HOK/kg)	0,0015
6	Harga output (Rp/kg)	
	a. Beras	8.300
	b. Dedak	3.500
	c. Sekam	0
7	Upah tenaga kerja (Rp/HOK)	100.000
II	**Penerimaan dan Keuntungan**	
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	4.100
9	Biaya input lain (Rp/kg)	233
10	Nilai output (Rp/kg)	
	a. Beras	4.980
	b. Dedak	420
	c. Sekam	0
	Total nilai output	5.400
11	a. Nilai tambah (Rp/kg)	
	Beras	647
	Dedak	420
	Sekam	0
	Total nilai tambah	1.067
	b. Rasio nilai tambah (%)	19,76

12	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/kg)	150
	b. Pangsa tenaga kerja (%)	1,41
13	a. Keuntungan (Rp/kg)	917
	b. Tingkat keuntungan (%)	85,94
III	**Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi**	
14	Margin (Rp/kg)	1.300
	a. Pendapatan tenaga kerja (%)	11,53
	b. Sumbangan input lainnya (%)	17,92
	c. Keuntungan pengusaha (%)	70,54

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 11, dijelaskan bahwa dalam satu kali produksi (1 hari), penggilingan UD Jaya Wijaya memerlukan 10.000 kg gabah dapat menghasilkan beras sebanyak 6.000 kg, dedak 1.200 kg dan sekam 2.400 kg. Selain menghasilkan beras, dedak dan sekam, penggilingan ini juga menghasilkan menir sebanyak 400 kg dalam satu kali produksi. Nilai faktor konversi utuk pengolahan gabah secara keseluruhan adalah 0,96. Nilai faktor konversi beras sebagai produk utama adalah 0,60 artinya bahwa setiap 1 kg jumlah input gabah akan menghasilkan output sebesar 0,60 kg. Nilai faktor konversi sekam adalah 0,24 artinya setiap 1 kg jumlah input input gabah akan menghasilkan sekam sebanyak 0,24 kg dan nilai faktor konversi dedak sebesar 0,12 artinya setiap 1 kg jumlah input menghasilkan 0,12 kg dedak. Harga bahan baku pada rantai pasok padi adalah Rp 4.100 artinya bahwa harga bahan baku yang dibayarkan penggilingan UD Jaya Wiajaya adalah Rp 4.100 per kg. Total dari sumbangan dari input lain adalah Rp 233, total sumbangan input lain diperoleh dari penjumlahan biaya transportasi, biaya packing dan biaya giling.

Nilai output secara keseluruhan dari pengolahan gabah menjadi beras, dedak dan sekam yaitu Rp 5.400. Nilai output beras adalah sebesar Rp 4.980 artiya nilai output yang dihasilkan dari setiap 1 kg gabah adalah sebesar Rp 4.980 kg beras. Nilai output dedak adalah Rp 420 dan nilai output sekam adalah Rp 0 per kg. Nilai

tambah yang diperoleh dari pengolahan gabah menjadi keseluruhan (beras, sekam dan dedak) di penggilingan UD Jaya Wijaya adalah positif, ditunjukkan dengan nilai sebesar Rp 1.067 artinya bahwa setiap 1 kg input dapat menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 1.067. Rasio nilai tambah pengolahan gabah secara keseluruhan yaitu 19,76 % menunjukkan bahwa setiap Rp 100 nilai produk akan diperoleh nilai tambah sebesar Rp 19,76.

Nilai tambah beras adalah Rp 674 artinya bahwa setiap 1 kg gabah akan menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 674. Nilai tambah dedak adalah positif yaitu sebesar Rp 420 artinya bahwa setiap 1 kg gabah, akan menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 288 dan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan gabah menjadi sekam adalah sebesar Rp 0. Rasio keseluruhan nilai tambah pengolahan gabah menjadi beras, dedak dan sekam adalah 19,76%, hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 100 nilai produk akan diperoleh nilai tambah Rp 19,76.

Pendapatan tenaga kerja langsung dalam rantai pasok padi di penggilingan UD Jaya Wijaya adalah sebesar Rp 150, dimana penggunaan tenaga kerja ini diperoleh dari per satu kali proses produksi. Pangsa tenaga kerja langsung diperoleh nilai sebesar 1,41% berarti bagian tenaga kerja terhadap nilai tambah adalah 1,41% dari total nilai tambah. Keuntungan yang didapatkan oleh penggilingan UD Jaya Wijaya adalah sebesar Rp 917 dengan tingkat keuntungan 85,94 %. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh Pabrik Beras Sukoreno adalah sebesar Rp 917 setiap kg dari total nilai output.

Berdasarkan tabel 11, diketahui bahwa balas jasa yang diterima penggilingan UD Jaya Wijaya untuk pengolahan gabah menjadi dedak adalah Rp 1.300. Marjin

yang didapat dari pengolahan gabah menjadi beras terdiri dari pendapatan tenaga kerja, sumbangan dari input lainnya dan keuntungan pengusaha. Pada pengolahan gabah menjadi beras pendapatan tenaga kerjanya sebesar 11,53%, sumbangan input lainnya sebesar 17,92% dan keuntungan pengusaha 70,54%, artinya bahwa distribusi keuntungan yang paling besar diperoleh dari keuntungan pengusaha pada balas jasa faktor produksi.

Pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak secara keseluruhan mampu memberikan nilai tambah kepada penggilingan UD Jaya Wijaya karena nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan gabah secara keseluruhan adalah positif. Hal ini sesuai dengan pendapat Herdiyandi dkk (2016) bahwa analisis nilai tambah ini berguna untuk mengukur balas jasa yang diterima para pelaku usaha.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Rantai Pasok Padi di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur, dapat disimpulkan bahwa:

1. Alur rantai pasok padi di Desa Balirejo berawal dari petani yang memasok gabah ke penggilingan UD Jaya Wijaya, kemudian UD Jaya Wijaya menjual beras ke pedagang besar luar Provinsi, selanjutnya pedagang besar luar Provinsi menjual beras ke pedagang kecil/pengecer luar provinsi dan terakhir pedagang kecil/pengecer menjual beras ke konsumen. Rantai pasok padi di Desa Balirejo memiliki 3 aliran yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi.
2. Efisiensi pemasaran pada rantai pasok padi yaitu, pada saluran pemasaran gabah memiliki efisiensi sebesar 4,96%. Saluran pemasaran beras terdiri dari 3 pola saluran pemasaran yaitu efisiensi saluran pemasaran beras pada tingkat 1 adalah sebesar 1,95% dan efisiensi saluran pemasaran beras pada tingkat 2 adalah 12,89% dan efisiensi saluran pemasaran beras pada tingkat 3 adalah 14%. Efisiensi saluran pemasaran dedak yaitu 19,76%. Berdasarkan hasil tersebut semua saluran pemasaran pada rantai pasok padi termasuk kategori efisien karena berada di <50%.

3. Nilai tambah rantai pasok padi dapat dijelaskan bahwa dalam satu kali produksi (dalam 1 hari) penggilingan UD Jaya Wijaya membutuhkan 10.000 kg gabah yang dapat menghasilkan 6.000 kg beras, 1.200 kg dedak dan 2.400 kg sekam dalam satu kali produksi. Selain menghasilkan beras, dedak dan sekam, penggilingan ini juga menghasilkan menir sebanyak 400 kg dalam satu kali produksi. Nilai faktor konversi pengolahan gabah secara keseluruhan adalah 0,96. Dimana nilai faktor konversi beras yaitu sebesar 0,60, nilai faktor konversi dedak yaitu sebesar 0,12 dan nilai faktor konversi sekam yaitu sebesar 0,24.

6.2 Saran

Untuk petani diharapkan untuk melakukan managemen dalam proses produksi agar dapat meningkatkan produktivitas. Untuk pemerintah sangat diharapkan adanya bantuan secara merata seperti bibit yang berkualitas, pupuk serta obat-obatan yang dapat memperlancar proses produksi.

DAFTAR PUSTAKA

Annisa, I., Asmarantaka, R. W., & Nurmalina, R. (2018). Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (Kasus: Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah). MIX: *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 254-271.

Aufar, M. R. (2018). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Agribisnis Jagung (Kasus: Desa Tigabinanga, Kecamatan Tigabinanga, Kabupaten Karo).

Aulia, J. (2019). *Analisis Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

BPS. (2021). Kecamatan Angkona Dalam Angka 2021. Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan

BPS. (2019). Provinsi Sulawesi Selatan Dalam Angka 2019. Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan

Fadhlullah, A. D. (2018). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Kedelai di UD Adem Ayem Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan. BISE: *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 4(2), 1-10.

Nurmahdy, A. I., Machfud, M., & Syuaib, M. F. S. (2020). Kinerja Rantai Pasok Beras di Kabupaten Karawang. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, *6*(2), 325-325.

Pangestuti, M. D., Mukson, M., & Setiadi, A. (2019). Analisis Rantai Pasok Pemasaran dan Nilai Tambah Gabah di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(4), 671-680.

Pongoh, M. (2016). Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pabrik Gula Aren Masarang. Jurnal EMBA: *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(3).

Pratasik, S., & Maulida, S. (2021). Analisis Rantai Pasok Beras di Tebing Tinggi. Edutik: *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(5), 460-468.

Primasatya, A., Kalaba, Y., & Sulaeman, S. (2020). Analisis Rantai Pasokan Beras pada Penggilingan Padi Lokakarya di Desa Dolago Padang Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong. Agrotekbis: *E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 8(4), 757-764.

Rakhman, A., Machfud, M., & Arkeman, Y. (2018). Kinerja Manajemen Rantai Pasok dengan Menggunakan Pendekatan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 4(1), 106-106.

Sepang, G. Y. M., Mandei, J. R., & Pakasi, C. B. (2017). Manajemen Rantai Pasok Beras di Kecamatan Kotamobagu Selatan, Kota Kotamobagu. *Agri-Sosioekonomi*, 13(1A), 225-238.

Silvia, D. (2021). *Analisis Faktor Produksi Padi Di Desa Guguak Viii Koto Kecamatan Guguak Kabupaten Lima Puluh Kota* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Situmorang, A. B. (2021). *Analisis Rantai Pasok (Supply chain) dan Rantai Nilai (Value chain) Komoditi Beras Ketan (Oryza sativa var. glutinosa)* (Kasus: Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai).

Suhnur, R. A. (2021). *Analisis Rantai Pasok Beras (Studi Kasus di Mini Market Rahmat Kecamatan Gantarang, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Suntani, N. H. (2021). *Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Beras di Desa Sidoharjo I Pasar Miring Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang* (Doctoral dissertation).

UNIVERSITAS
BOSOWA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden Tingkat Petani

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Luas Lahan (ha)	Pengalaman Bertani	Status kepemilikan Lahan
1	Komang Mustika	L	33	SMA	4	8	Sewa
2	Komang Pande W.	L	40	SMA	4	18	Sewa
3	Dewa Made Merta	L	45	SMA	1,5	24	Milik sendiri
4	Kadek Budiarta	L	47	SMA	2	24	Milik sendiri
5	Made Sutanaya	L	44	SD	0,75	21	Milik sendiri
6	Made Langkir	L	67	SD	2	44	Milik sendiri
7	Wayan Pardin	L	52	SD	1,5	29	Milik sendiri
8	Putu Arta Wijaya	L	27	SMA	3	6	Sewa
9	Putu Eka Darma	L	25	SMA	1,5	4	Milik sendiri
10	Dewa Kadek Edi	L	29	SMP	0,75	8	Milik sendiri
11	Putu Pande Sukarma	L	31	S1	0,75	5	Milik sendiri
12	Wayan Sinar S.	L	50	SMA	2,5	28	Milik sendiri
13	Gede Suardika	L	40	SMP	1,5	18	Milik sendiri
14	Ketut Subakti	L	50	STM	4	28	Milik sendiri
15	Wayan Swarsa	L	68	S1	1	44	Milik sendiri
16	Kadek Eka Wirawan	L	23	SMA	1,5	2	Milik sendiri
17	Dewa Made Sutapa	L	27	SMA	2	5	Milik sendiri
18	Ketut Agus G.	L	23	SMA	1,5	2	Milik sendiri
19	Gede Swastika	L	35	SMA	3,5	12	Milik sendiri
20	Putu Sudi Arsana	L	38	SMA	1	16	Milik sendiri

21	Kadek Putra	L	33	SMA	1	11	Milik sendiri
22	Ketut Durya Dwipa	L	47	SMA	4	24	Sewa
23	Komang Suwiguna	L	23	SMP	1,5	3	Milik sendiri
24	Tangkas Juliarsa	L	22	SMA	0,75	2	Milik sendiri
25	Putu Ari Gunawan	L	29	SMA	0,75	8	Milik sendiri
26	Dewa Putu Sudana	L	61	SMP	2	39	Milik sendiri
27	Kadek Sudarmayasa	L	25	SMA	1	4	Milik sendiri
28	Dewa Nyoman Yasa	L	59	SD	0,35	37	Milik sendiri
29	Gustu Ngurah A.	L	47	SMA	1,5	25	Milik sendiri
30	Dewa Putu Sabo	L	79	SD	0,35	57	Milik sendiri
31	Wayan Selob	L	40	SD	4	19	Milik sendiri
32	Kadek Suardana	L	45	SMP	1	23	Milik sendiri
33	Dewa Kadek Triyasa	L	50	SMP	1,25	28	Milik sendiri
34	I Wayan Budi S.	L	51	SMK	1	29	Milik sendiri
35	Made Suwenda	L	48	SMP	2	26	Milik sendiri
36	Made Sunarta	L	46	SMA	1	24	Milik sendiri
37	Dewa Made M.	L	79	SMA	2	57	Milik sendiri
38	Ketut Yasa	L	45	SD	0,75	25	Milik sendiri
39	Dewa Made Arbawa	L	46	S1	2	22	Milik sendiri
40	Ketut Dana	L	59	SD	0,75	37	Milik sendiri
41	Ketut Karang Arsana	L	43	SMA	0,25	20	Milik sendiri
42	Komang Suwedi	L	50	SMA	2	28	Milik sendiri
43	Wayan Sudira	L	50	S1	1	26	Milik sendiri
44	Kadek Umbara	L	53	SMP	2	31	Milik sendiri

45	Dewa Nyoman A.	L	46	SD	2	24	Milik sendiri
46	Kadek Ardana	L	52	SD	1	30	Milik sendiri
47	Wayan Budayana	L	53	STM	2	30	Milik sendiri
48	Sudiana	L	54	SMA	2	32	Milik sendiri
49	Komang Sumerta	L	38	SMP	2	17	Milik sendiri
50	Gede Suka	L	38	SD	4	16	Sewa
51	Wayan Suwidadiyasa	L	45	SMA	2	22	Milik sendiri

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Lampiran 2. Karakteristik Responden Tingkat Penggilingan Padi

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tenaga Kerja	Pengalaman Berusaha
1	Made Agus Tresna	L	23	SMA	15	3

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Lampiran 3. Karakteristik Responden Tingkat Pedagang Besar

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman Berdagang
1	Kasman Baira	L	49	SMP	8
2	Moh Rush	L	45	SMA	18

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Lampiran 4. Karakteristik Responden Tingkat Pedagang Kecil

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman Berdagang
1	Ida	P	43	SMP	7
2	Sumiati	P	47	SMP	5

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian

UNIVERSITAS
BOSOWA