



**SALURAN PEMASARAN BERAS LOKAL DI DESA DANDAJAYA
KECAMATAN RANTAU BADAUH KABUPATEN BARITO KUALA
(STUDI KASUS PADA USAHA PENGGILINGAN PADI BAPAK H. YUSUF)**

**The Marketing Channel of Local Rice in Dandajaya Village Rantau
Badauh District Barito Kuala Regency
(Case Studies at Mr. H. Yusuf's Rice Milling Business)**

Aslamiah *, Nina Budiwati dan Muhammad Husaini

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci

Beras lokal; Penggilingan padi;
Pemasaran; Saluran Pemasaran

Korespondensi

Corresponding author

E-mail : Aslamiah61@gmail.com

Diterima: Juni 2022,

Disetujui: 14 Juni 2022,

Diterbitkan on-line: 1 September 2022

Kecamatan Rantau Badauh sebagai salah satu daerah penghasil padi dari berbagai varietas serta terdapat penggilingan padi yang cukup besar di Kabupaten Barito Kuala. H. Yusuf merupakan salah satu pemilik penggilingan padi sekaligus pemasar beras lokal di berbagai kabupaten di Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan *share* usaha penggilingan padi H.Yusuf. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran yaitu Saluran I produsen - pedagang grosir - konsumen. Saluran II produsen - pedagang grosir - pedagang pengecer - konsumen. Saluran III produsen - pedagang pengumpul - pedagang grosir - pedagang pengecer - konsumen. Biaya pemasaran terendah terdapat pada saluran I dengan varietas Siam pandak. Margin pemasaran terbesar ada pada saluran I, II dan III pada varietas Siam Mutiara. Keuntungan pemasaran terbesar terletak pada saluran II diikuti saluran III dan I. *Share* terbesar terdapat pada saluran I, diikuti saluran II dan III.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara agraris memiliki sumber daya alam yang baik untuk dikembangkan. Hal ini menjadikan pertanian sebagai sektor potensial di Indonesia (Kai, 2016: 2). Peningkatan produksi tanaman pangan, terutama padi menjadi prioritas penanganan dalam pembangunan pertanian karena beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Pentingnya beras bagi masyarakat perlu adanya pengembangan agribisnis beras di Indonesia agar stok beras dari produksi dalam negeri

memadai, sehingga mengurangi kegiatan impor beras yang dilakukan pemerintah (Aji dan Widodo, 2010: 24).

Permasalahan dalam mencapai ketahanan pangan adalah ketidakseimbangan antara ketersediaan dengan keterjangkauan. Masalah ketersediaan disebabkan karena produksi berbagai jenis pangan tidak dapat dihasilkan di semua wilayah dan tidak dapat dihasilkan setiap saat dibutuhkan. Pendistribusian beras perlu adanya saluran distribusi yaitu dari produsen ke konsumen, sehingga makin mudah pelanggan

dalam memperoleh produk yang diinginkan (Ratnasari, 2017: 1).

Kabupaten yang memiliki produksi tertinggi terdapat di Kabupaten Barito Kuala yang mencapai 263.315 ton atau setara beras 154.995 ton. Berdasarkan produksi padi tersebut, maka Kabupaten Barito kuala sebagai salah satu sentra produksi padi di Kalimantan Selatan. Sehingga untuk mengolah padi menjadi beras diperlukan penggilingan padi yang cukup banyak mencapai 300 unit yang tersebar di Barito kuala. Hal ini sesuai dengan besarnya produksi padi di kabupaten tersebut (BPS Provinsi Kalimantan Selatan, 2019: 272).

Kecamatan Rantau Badauh sebagai salah satu sentra produksi padi di Kabupaten Batola, dengan jumlah penggilingan sebanyak 43 unit dan merupakan sentra penggilingan terbesar di Kabupaten Batola. Hal ini menunjukkan bahwa Kecamatan Rantau Badauh terdapat beberapa penggilingan padi yang mengolah padi menjadi beras. Tidak semua pabrik pengolahan padi memiliki fasilitas pasca panen yang lengkap seperti, fasilitas penjemuran, fasilitas pergudangan, fasilitas pengemasan, serta fasilitas pemasaran. Semua fasilitas tersebut hanya dimiliki oleh H.Yusuf.

H. Yusuf selain mempunyai fasilitas yang lengkap untuk pengolahan padi menjadi beras, juga sekaligus sebagai pemasar beras lokal ke berbagai daerah di provinsi Kalimantan Selatan, sehingga saluran distribusinya cukup luas dan beragam, serta biaya yang dikeluarkan cukup besar, untuk itu perlu dilakukan saluran pemasaran beras lokal di penggilingan H.Yusuf.

Tujuan dan Kegunaan

Terdapat tiga tujuan dalam penelitian ini yaitu pertama mengetahui saluran pemasaran beras lokal. Kedua mengetahui biaya, margin dan keuntungan pemasaran dan ketiga untuk mengetahui bagian/share yang di terima pada usaha Penggilingan Padi Bapak H. Yusuf.

Kegunaan penelitian ini yaitu pertama bagi peneliti, sebagai sarana menganalisis dan menambah pengetahuan dibidang pemasaran. Kedua bagi pemerintah, sebagai informasi dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan untuk membantu peningkatan pendapatan dan

ketiga bagi peneliti lain, sebagai bahan literatur untuk melakukan penelitian.

METODE

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Pabrik Penggilingan Padi milik Bapak H. Yusuf Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala. Penelitian dimulai dari bulan Desember 2020 sampai dengan selesai yaitu dimulai dari persiapan, pengumpulan data, pengolahan data sampai dengan penyusunan laporan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disusun terlebih dahulu. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kalimantan Selatan, BPP Kecamatan Rantau Badauh dan beberapa instansi terkait serta literatur dari penelitian terdahulu dan bahan pustaka lain yang relevan.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer dan data sekunder dengan cara wawancara langsung kepada pemilik pabrik dengan bantuan kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. Untuk pengambilan sampel pedagang yang terlibat dalam pemasaran beras lokal digunakan teknik snowball sampling dimulai dari H. Yusuf, pedagang grosir, pedagang pengumpul, pedagang pengecer sampai ke konsumen terakhir.

Analisis Data

Untuk mengetahui tujuan pertama yaitu saluran pemasaran beras lokal dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada pemilik pabrik kemudian dianalisis secara deskriptif.

Untuk mengetahui tujuan kedua yaitu biaya, margin dan keuntungan pemasaran beras lokal di Kabupaten Barito Kuala.

Biaya pemasaran dengan rumus sebagai berikut:

$$TC_{tji} = \sum t_{iji} \quad (1)$$

Dengan : TC_{tji} : Total biaya pemasaran saluran ke-j varietas ke-i (Rp/Kg)

- $\sum t_{ji}$: Jumlah biaya pemasaran ke-j varietas ke-i (Rp/Kg)
 J : Saluran pemasaran (Rp/Kg)
 i : Varietas

Margin pemasaran dengan rumus (Sudiono, 2002: 103-104):

$$M_{ji} = H_{cji} - H_{pji}$$

- Dengan : M_{ji} : Margin pemasaran saluran ke-j varietas ke-i (Rp/Kg)
 H_{cji} : Harga jual ditingkat konsumen saluran ke-j varietas ke-i (Rp/Kg)
 H_{pji} : Harga beli ditingkat produsen saluran ke-j (Rp/Kg)
 j : Saluran pemasaran
 i : Varietas ke-i

Keuntungan pemasaran dengan rumus (Mubyarto dalam Permatasari, 2004: 13):

$$\Pi_{ji} = M_{ji} - C_{ji}$$

- Dengan : Π_{ji} : Keuntungan pemasaran saluran ke-j varietas ke-i (Rp/Kg)
 M_{ji} : Margin pemasaran saluran ke-j varietas ke-i (Rp/Kg)
 C_{ji} : Biaya pemasaran saluran ke-j varietas ke-i (Rp/Kg)
 J : saluran pemasaran
 i : Varietas

Untuk mengetahui tujuan ketiga yaitu bagian/share harga beras lokal di Kabupaten Barito Kuala yang diterima oleh pelaku pemasaran dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Shi_{jk} = \left(\frac{P_{ijk}}{P_{tjk}} \right) \times 100\%$$

- Dengan : Shi_{jk} : Bagian harga yang diterima pelaku pemasaran di tingkat ke-i (%)
 P_{ijk} : Harga penjual pada tingkat ke-i (Rp/Kg)
 P_{tjk} : Harga penjualan terakhir (Rp/Kg)
 i : Varietas
 j : Saluran pemasaran
 k : Pelaku pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 3 saluran pemasaran beras yang dilakukan oleh H.Yusuf terdiri dari:

Saluran pemasaran I. Saluran I memiliki dua lembaga pemasar yaitu H. Yusuf dan pedagang grosir. Karena jarak yang jauh sehingga pedagang grosir melakukan pembelian lewat online dan sistem pembayaran dilakukan secara transfer sesuai dengan harga yang ditetapkan. Sistem pemasaran pada saluran I ini merupakan saluran pemasaran secara tidak langsung karena adanya pedagang grosir, H. Yusuf menjual beras kepada pedagang grosir kemudian dijual kembali kepada konsumen akhir. Varietas beras yang dikirim berupa varietas Mayang, Siam unus, Siam mutiara, Siam rukut dan Siam pandak, dengan volume total pengirimannya 27.300 Kg/bulan.

Pabrik → Pedagang Grosir → Konsumen

Saluran II. Saluran II memiliki tiga pelaku pemasaran yang melibatkan H. Yusuf, pedagang grosir dan pedagang pengecer. Sistem pemasaran pada saluran II ini merupakan saluran pemasaran secara tidak langsung karena adanya pedagang grosir dan pedagang pengecer, H. Yusuf menjual hasilnya kepada pedagang grosir melalui jasa ekspedisi dan menjual kembali ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer yang terlibat pada saluran II sebanyak 40% dari total pedagang pengecer dan beras yang dijual masih di daerah Amuntai. Volume total penjualan beras oleh H. Yusuf ke pedagang grosir pada saluran II adalah 11.900 Kg/bulan.

Pabrik → Pedagang Grosir →
Pedagang Pengecer → Konsumen

Saluran III. Saluran III ini merupakan saluran pemasaran secara tidak langsung karena adanya pedagang perantara. Saluran III adalah saluran yang terpanjang karena melibatkan H. Yusuf, pedagang grosir, pedagang pengumpul, pedagang pengecer. Terdapat dua pedagang pengumpul yang terlibat yang berasal dari daerah tamiyang layang dan balangan. Pedagang pengecer yang terlibat pada saluran III sebanyak 60% dari total pedagang pengecer yaitu masing-masing 30% menjual beras di Tamiyang Layang dan 30% di daerah Balangan. Volume total penjualan beras oleh H. Yusuf ke pedagang grosir pada saluran III adalah 37.800 Kg/bulan.

Pabrik → Pedagang Grosir →
Pedagang Pengumpul → Pedagang
Pengecer → Konsumen

Biaya, margin dan keuntungan pemasaran

Pada saluran I, biaya pemasaran yang ada pada H. Yusuf terdiri dari biaya pengemasan dan bongkar muat. Biaya pemasaran selanjutnya, adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang grosir. Biaya yang dikeluarkan pedagang grosir, komponennya cukup banyak, disebabkan pedagang grosir langsung menjual kepada konsumen akhir. Pedagang grosir menanggung biaya yang cukup besar dibandingkan H. Yusuf. Hal ini disebabkan, komponen biaya yang dikeluarkan oleh pedagang grosir lebih banyak yaitu biaya ekspedisi, biaya pengemasan, biaya penyimpanan, biaya bongkar muat dan biaya penyusutan. Total biaya pemasaran rata-rata yang dikeluarkan dari pabrik hingga ketangan konsumen pada saluran pemasaran I tertinggi terdapat pada varietas Mayang sebesar Rp 585,98/Kg, diikuti Siam mutiara Rp 584,97/Kg, Siam unus Rp 584,55/Kg, Siam rukut Rp 583,98/Kg dan Siam Pandak Rp 583,41/Kg. Biaya pada saluran I relatif sama karena biaya pemasaran yang dikeluarkan lembaga pemasaran memiliki volume yang sama dan perbedaan hanya terdapat pada biaya penyusutan, sehingga biaya lembaga pemasaran pada saluran I hanya sedikit antara produsen dan pedagang grosir.

Besarnya margin rata-rata pemasaran beras lokal pada saluran I cukup besar mencapai antara Rp 2.285,71/Kg sampai dengan Rp 2.857,14/Kg untuk semua varietas. Margin pemasaran tertinggi terdapat pada Siam mutiara diikuti Mayang dan Siam unus, Siam rukut dan Siam pandak. Hal ini menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran I cukup besar dan relatif sama karena selisih antar margin relatif kecil dan harga jual ditingkat produsen dan pedagang grosir jauh berbeda

Keuntungan tertinggi pada saluran I diperoleh pada varietas Siam mutiara karena pada varietas ini memiliki total margin yang besar, sedangkan keuntungan tertinggi lembaga pemasaran terdapat pada pedagang grosir karena lembaga pemasaran menjual dengan harga yang lebih tinggi untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran pada saluran I selama satu bulan

Komponen	Nilai (Rp/Kg)	Biaya pemasaran (Rp/Kg)
a. Produsen		
Harga Jual		
- Mayang	14.571,43	
- Siam unus	13.142,86	
- Siam mutiara	13.571,43	
- Siam rukut	12.571,43	
- Siam pandak	12.000,00	
Biaya Pemasaran		
- Pengemasan		28,57
- Bongkar muat		128,57
b. Grosir		
Harga Beli		
- Mayang	14.571,43	
- Siam unus	13.142,86	
- Siam mutiara	13.571,43	
- Siam rukut	12.571,43	
- Siam pandak	12.000,00	
Biaya Pemasaran		
- Ekspedisi		142,85
- Kemasan		200,00
- Penyimpanan		14,28
- Bongkar muat		57,14
- Penyusutan		
- Mayang		14,57
- Siam unus		13,14
- Siam mutiara		13,57
- Siam rukut		12,57
- Siam pandak		12,00
Total biaya pemasaran		
- Mayang		585,98
- Siam unus		584,55
- Siam mutiara		584,97
- Siam rukut		583,98
- Siam pandak		583,41
Harga Jual		
- Mayang	17.142,86	
- Siam unus	15.714,29	
- Siam mutiara	16.428,57	
- Siam rukut	15.000,00	
- Siam pandak	14.285,71	
Margin Total		
- Mayang	2.571,43	
- Siam unus	2.571,43	
- Siam mutiara	2.857,14	
- Siam rukut	2.428,57	
- Siam pandak	2.285,71	
Keuntungan Pemasaran		
- Mayang	1.985,45	
- Siam unus	1.986,88	
- Siam mutiara	2.272,17	
- Siam rukut	1.844,59	
- Siam pandak	1.702,30	

Sumber : Hasil Pengolahan data primer (2021)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa total keuntungan rata-rata terbesar yang dimiliki saluran I terdapat pada varietas Siam mutiara sebesar Rp 2.272,17/Kg diikuti Siam unus sebesar Rp 1.986,88/Kg, Mayang yaitu sebesar Rp 1.985,45/Kg, Siam rukut sebesar Rp 1.844,59/Kg dan Siam pandak sebesar Rp 1.702,30/Kg. Hal ini disebabkan, karena besarnya margin serta kecilnya biaya yang dikeluarkan pada saluran I seperti (Tabel 1).

Biaya pemasaran pada saluran II dilakukan oleh H. Yusuf, pedagang grosir dan pedagang pengecer. Biaya yang dikeluarkan antar lembaga berbeda-beda, hal ini disebabkan karena pada dasarnya rincian biaya pedagang grosir sama dengan saluran I, namun tidak mengeluarkan biaya pengemasan pada saluran II. Pedagang pengecer membeli beras kepada pedagang grosir secara langsung dengan menggunakan alat transportasi pribadi. Biaya yang diperlukan pedagang pengecer berupa biaya transportasi, biaya penyimpanan dan biaya pengemasan. Total biaya rata-rata yang dikeluarkan pada saluran pemasaran II lebih besar daripada saluran pemasaran I mencapai antara Rp 897,69/Kg sampai dengan Rp 900,26/Kg untuk semua varietas.

Margin pemasaran saluran II lebih besar daripada saluran I karena terdapat lembaga pedagang pengecer sehingga margin menjadi bertambah. Margin pada saluran II relatif sama tidak jauh berbeda antara Rp 3.000,00/Kg sampai dengan Rp 3.571,43/Kg untuk semua varietas. Margin tertinggi terdapat pada Siam mutiara, hal ini disebabkan karena tingginya perbedaan harga beli dan harga jual varietas beras kepada konsumen akhir.

Total keuntungan rata-rata pemasaran saluran II tertinggi terdapat pada varietas Siam mutiara sebesar Rp 2.672,17/Kg diikuti varietas Siam Unus sebesar Rp 2.386,88/Kg, varietas Mayang sebesar Rp 2.385,45/Kg, varietas Siam rukut sebesar Rp 2.244,60/Kg dan varietas Siam pandak sebesar Rp 2.102,31/Kg. Keuntungan terbesar pada lembaga pemasaran terdapat pada pedagang pengecer, hal ini disebabkan karena pedagang pengecer mengeluarkan biaya yang kecil daripada pedagang pengecer serta memiliki margin yang kecil seperti pada (Tabel 2).

Tabel 2. Rata-rata biaya Pemasaran, Margin Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran pada saluran II selama 1 Bulan

Komponen	Nilai (Rp/Kg)	Biaya pemasaran (Rp/Kg)
Produsen		
Harga Jual		
- Mayang	14.571,43	
- Siam unus	13.142,86	
- Siam mutiara	13.571,43	
- Siam rukut	12.571,43	
- Siam pandak	12.000,00	
Biaya Pemasaran		
- Kemasan		28,57
- Bongkar muat		128,57
b. Grosir		
Harga Beli		
- Mayang	14.571,43	
- Siam unus	13.142,86	
- Siam mutiara	13.571,43	
- Siam rukut	12.571,43	
- Siam pandak	12.000,00	
Biaya Pemasaran		
- Ekspedisi		142,85
- Penyimpanan		14,28
- Bongkar muat		57,14
- Penyusutan		
- Mayang		14,57
- Siam unus		13,14
- Siam mutiara		13,57
- Siam rukut		12,57
- Siam pandak		12,00
c. Pengecer Amuntai		
Harga Beli		
- Mayang	16.342,86	
- Siam unus	15.571,43	
- Siam mutiara	16.285,71	
- Siam rukut	14.714,29	
- Siam pandak	14.000,00	
Biaya Pemasaran		200,00
- Kemasan		285,71
- Transportasi		28,57
- Penyimpanan		
Total biaya pemasaran		
- Mayang		900,26
- Siam unus		898,83
- Siam mutiara		899,26
- Siam rukut		898,26
- Siam pandak		897,69
Harga Jual		
- Mayang	17.857,14	
- Siam unus	16.428,57	
- Siam mutiara	17.142,86	
- Siam rukut	15.714,29	
- Siam pandak	15.000,00	
Margin Pemasaran		
- Mayang	3.285,71	
- Siam unus	3.285,71	

- Siam mutiara	3.571,43
- Siam rukut	3.142,86
Siam pandak	3.000,00
Keuntungan Pemasaran	
- Mayang	2.385,45
- Siam unus	2.386,88
- Siam mutiara	2.672,17
- Siam rukut	2.244,60
Siam pandak	2.102,31

Sumber : Hasil Pengolahan data primer (2021)

Terakhir pada saluran III yang memasarkan beras ke tamiyang layang dan balangan dilakukan oleh H. Yusuf, pedagang grosir, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pada dasarnya rincian biaya pedagang grosir sama dengan saluran II. pedagang pengumpul mengeluarkan biaya berupa biaya penyimpanan, biaya bongkar muat dan biaya ekspedisi karena mendatangi pedagang grosir secara langsung namun biaya yang dikeluarkan berbeda antara tamiyang layang dan balangan. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer berupa biaya transportasi, biaya penyimpanan dan biaya pengemasan. Banyak komponen biaya tersebut disebabkan pedagang pengecer langsung menjual kepada konsumen akhir. Total biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran III tujuan pasar Tamiyang Layang dan Balangan masing-masing yaitu pada varietas Mayang sebesar Rp 1.271,68/Kg dan Rp 1.214,54/Kg, varietas Siam Unus sebesar Rp 1.270,25/Kg dan Rp 1.213,11/Kg, varietas Siam mutiara sebesar Rp 1.270,68/Kg dan Rp 1.213,54/Kg, varietas Siam rukut sebesar Rp 1.269,68/Kg dan Rp 1.212,54/Kg, varietas Siam Pandak sebesar Rp 1.269,11/Kg dan Rp 1.211,97/Kg.

Margin pemasaran pada saluran III cukup besar dan relatif sama tidak jauh berbeda karena selisih antar margin relatif kecil serta harga jual ditingkat produsen dan pedagang pedagang grosir jauh berbeda.

Keuntungan pemasaran saluran III tujuan pasar Tamiyang Layang dan Balangan memiliki keuntungan yang berbeda. Karena jarak yang dekat sehingga keuntungan rata-rata pemasaran pada saluran III tujuan Balangan lebih besar daripada keuntungan tujuan Tamiyang Layang. Hal ini disebabkan biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran tujuan Tamiyang Layang lebih besar daripada lembaga pemasaran tujuan Balangan seperti pada (Tabel 3).

Tabel 3. Rata-rata Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran pada saluran III selama satu bulan.

Komponen	Nilai (Rp/Kg)	Biaya pemasaran (Rp/Kg)
a. Produsen		
Harga Jual		
- Mayang	14.571,43	
- Siam unus	13.142,86	
- Siam mutiara	13.571,43	
- Siam rukut	12.571,43	
- Siam pandak	12.000,00	
Biaya Pemasaran		
- kemasan		28,57
- Bongkar muat		128,57
b. Grosir		
Harga Beli		
- Mayang	14.571,43	
- Siam unus	13.142,86	
- Siam mutiara	13.571,43	
- Siam rukut	12.571,43	
- Siam pandak	12.000,00	
Biaya Pemasaran		
- Ekspedisi		142,85
- Penyimpanan		14,28
- Bongkar muat		57,14
- Penyusutan		
- Mayang		14,57
- Siam unus		13,14
- Siam mutiara		13,57
- Siam rukut		12,57
- Siam pandak		12,00
c. pedagang pengumpul		
Harga Beli		
- Mayang	15.714,29	
- Siam unus	14.742,86	
- Siam mutiara	15.200,00	
- Siam rukut	13.857,14	
- Siam pandak	13.285,71	
Biaya Pemasaran		
- Ekspedisi Tamiyang Layang		200,00
- Ekspedisi Balangan		85,71
- Penyimpanan		28,57
- Bongkar muat		57,14
d. pedagang pengecer		
Harga Beli		
- Mayang	16.714,29	
- Siam unus	15.628,57	
- Siam mutiara	16.371,43	
- Siam rukut	14.771,43	
- Siam pandak	14.085,71	
Biaya Pemasaran		
- kemasan		200,00
- Transportasi		314,28
- Penyimpanan		28,57
Total biaya pemasaran		

tujuan Tamiyang Layang	
- Mayang	1.271,68
- Siam unus	1.270,25
- Siam mutiara	1.270,68
- Siam rukut	1.269,68
- Siam pandak	1.269,11
Total biaya pemasaran	
tujuan Balangan	
- Mayang	1.214,54
- Siam unus	1.213,11
- Siam mutiara	1.213,54
- Siam rukut	1.212,54
- Siam pandak	1.211,97
Harga Jual	
- Mayang	17.857,14
- Siam unus	16.428,57
- Siam mutiara	17.142,86
- Siam rukut	15.714,29
- Siam pandak	15.000,00
Margin Pemasaran	
- Mayang	3.285,71
- Siam unus	3.285,71
- Siam mutiara	3.571,43
- Siam rukut	3.142,86
- Siam pandak	3.000,00
Keuntungan Pemasaran	
tujuan Tamiyang Layang	
- Mayang	2.014,03
- Siam unus	2.015,46
- Siam mutiara	2.300,75
- Siam rukut	1.873,18
- Siam pandak	1.730,89
Keuntungan Pemasaran	
tujuan Balangan	
- Mayang	2.071,17
- Siam unus	2.072,60
- Siam mutiara	2.357,89
- Siam rukut	1.930,32
- Siam pandak	1.788,03

Sumber : Hasil Pengolahan data primer (2021)

Share

Share harga yang diterima oleh H.Yusuf pada saluran I relatif beragam antara varietas beras yang dijual, hal ini disebabkan oleh perbedaan harga di pabrik dengan harga di tingkat konsumen akhir. Varietas Mayang sharenya lebih tinggi jika dibandingkan dengan share varietas Siam unus, Siam mutiara, Siam rukut dan Siam Pandak. Sementara itu share yang diperoleh H. Yusuf pada varietas Siam Mutiara paling rendah, hal disebabkan harga antara produsen dengan konsumen akhir relatif lebih kecil (Tabel 4).

Tabel 4. *Share* pemasaran beras lokal saluran I

Varietas	Harga jual	Harga akhir	Share
----------	------------	-------------	-------

	(Rp/Kg)	(Rp/Kg)	(%)
Mayang	14.571,43	17.142,86	85,00
Siam unus	13.142,86	15.714,29	83,64
Siam mutiara	13.571,43	16.428,57	82,61
Siam rukut	12.571,43	15.000,00	83,81
Siam pandak	12.000,00	14.285,71	84,00

Sumber : Hasil Pengolahan data primer (2021)

Selanjutnya Share (bagian) yang diterima produsen pada saluran II diperoleh dari hasil perbandingan harga, ditingkat produsen dengan konsumen akhir. Share yang diperoleh H. Yusuf pada saluran II lebih kecil dibandingkan pada saluran I, karena bertambahnya lembaga pemasaran yang terlibat, sehingga harga jual dikonsumsi akhir lebih tinggi seperti pada (Tabel 5).

Tabel 5. *Share* pemasaran beras lokal saluran II dan saluran III

Varietas	Harga jual (Rp/Kg)	Harga akhir (Rp/Kg)	Share (%)
Mayang	14.571,43	17.857,14	85,00
Siam unus	13.142,86	16.428,57	83,64
Siam mutiara	13.571,43	17.142,86	82,61
Siam rukut	12.571,43	15.714,27	83,81
Siam pandak	12.000,00	15.000,00	84,00

Sumber : Hasil Pengolahan data primer (2021)

Pada pola saluran III terdiri dari produsen, pedagang grosir, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sebagai pedagang perantara agar beras sampai ketangan konsumen. Share yang diperoleh H. Yusuf sama, karena tidak ada perbedaan harga beli pada konsumen akhir saluran II dan saluran III seperti pada (Tabel 5).

Share yang dimiliki saluran I lebih besar daripada Saluran II dan III. Pada saluran I memiliki harga yang lebih kecil di tingkat konsumen namun share (bagian) yang diterima produsen lebih besar. Pada saluran II dan saluran III share yang diterima lebih kecil, walaupun harga jual ditingkat konsumen lebih besar. Semakin banyak lembaga pemasaran maka share yang diterima oleh produsen akan semakin sedikit, karena setiap saluran atau lembaga pemasaran akan mengambil bagian harga atau share dari produk yang dijual produsen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat tiga saluran pemasaran yang ada di pabrik penggilingan padi H. Yusuf. Saluran I produsen - pedagang grosir - konsumen. Saluran II produsen - pedagang grosir - pedagang pengecer - konsumen. Saluran III produsen - pedagang pengumpul - pedagang grosir - pedagang pengecer - konsumen.
2. Biaya pemasaran terendah terletak pada saluran I pada varietas Siam pandak. Margin pemasaran terbesar pada saluran I, II dan III terdapat pada varietas Siam mutiara. Keuntungan pemasaran terbesar terletak pada saluran II diikuti saluran III dan I.
3. Share terbesar terdapat pada saluran I, diikuti saluran II dan III. Saluran II dan III memiliki share yang sama karena memiliki harga jual di produsen dan harga beli konsumen akhir bernilai sama.

Saran

Dari hasil penelitian saluran pemasaran beras lokal yang terdapat pada pabrik penggilingan H. Yusuf dapat diberikan saran yaitu diharapkan agar usaha pabrik penggilingan padi memperbaiki kemasan yang dipakai agar dapat mengurangi resiko penyusutan akibat tercecceh selama pengiriman produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji. J. M. M. dan Widodo A. 2010. Perilaku konsumen pada pembelian beras bermerk dikabupaten jembar dan faktor yang mempengaruhinya. Jurnal sosial ekonomi pertanian. Vol.4. No. 03. 12-24
- BPS Kalimantan Selatan. 2019. Produksi Padi Setara Beras Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Kalimantan Selatan 2018. Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Selatan.
- Kai. Y. M. Baruwadi. dan W. K. Tolinggi. 2016. Analisis Distribusi dan Margin Pemasaran Usahatani Kacang Tanah Di

Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. Jurnal Agrinesia Vol. 1 No 1. November 2016.

Ratnasari. Dian. 2017. Analisis Saluran Distribusi Beras pada Pabrik Penggilingan Padi UD. Putra Temu Rejeki Desa Belung Kecamatan Poncokusomo Malang Jawa Timur. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian-Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang

Sudiyono. (2002). Metode penelitian. CV Alfa Beta. Bandung.