



Efisiensi Kinerja Rantai Pasok Beras Organik "Beras Raos"

Efficiency Performance Supply Chain Organic Rice "Beras Raos"

Rizqia Fauziah*, Endang Tri Astutiningsih, Neneng Kartika Rini

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Sukabumi

*Kontak penulis: rizqiafauziah99@ummi.ac.id

Abstract

Nowadays people are starting to realize the importance of healthy food, such as organic rice. However, economically the rice agricultural sector still faces various problems, one of which is the selling price at the farm level which is still relatively low. This is because the supply chain is still long and the supply chain system is less than optimal. The purpose of this study was to analyze efficiency performance supply chain organic rice "Beras Raos". The research method used is a survey method, with farmer respondents, Sari Alam farmer groups, and *retailers* determined using purposive sampling and snowball sampling. Data analysis uses descriptive analysis with a quantitative approach, and aspects of marketing efficiency analysis (marketing margin and farmer's share) and asset management efficiency (inventory turnover, inventory days of supply, and cash to cash cycle time). The results of the analysis of the efficiency of the supply chain performance show that it is not fully efficient, such as: the value of farmer's share which is still <70%, which only reaches 41.8% and the value of cash to cash cycle time which reaches 37 days to convert organic rice supplies into cash, where the 37 day period is still quite long.

Keywords: Efficiency; Performance; Supply Chain and Organic Rice

Abstrak

Dewasa ini masyarakat mulai sadar akan pentingnya pangan yang sehat, seperti beras organik. Hanya saja secara ekonomi sektor pertanian beras masih menghadapi berbagai persoalan, salah satunya harga jual di tingkat petani yang masih tergolong rendah, hal tersebut dikarenakan rantai pasok yang masih panjang juga sistem rantai pasok yang kurang optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis efisiensi kinerja rantai pasok beras organik "Beras Raos". Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, dengan responden petani, kelompok tani Sari Alam, dan *retailer* yang ditentukan menggunakan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dan aspek-aspek analisis efisiensi pemasaran (margin pemasaran dan *farmer's share*) dan efisiensi pengelolaan asset (*inventory turnover*, *inventory days of supply*, dan *cash to cash cycle time*). Hasil analisis efisiensi kinerja rantai pasok tersebut menunjukkan belum efisien sepenuhnya, seperti dalam hal: nilai *farmer's share* yang masih < 70%, yakni hanya mencapai 41,8% dan nilai *cash to cash cycle time* yang mencapai 37 hari untuk mengubah persediaan beras organik menjadi uang, dimana rentang waktu 37 hari tersebut masih tergolong cukup lama.

Kata Kunci: Efisiensi; Kinerja; Rantai Pasok dan Beras Organik

1. Pendahuluan

Pendahuluan Badan Pusat Statistik (2017) mencatat tingkat konsumsi beras masyarakat Indonesia mencapai jumlah 29.133.513 Ton/tahun atau setara dengan 111,58 Kg/kapita/tahun. Selain itu, seiring dengan waktu, kini masyarakat mulai sadar akan pentingnya kualitas beras yang dikonsumsi, sehingga telah menjadi tren baru bagi

masyarakat menengah ke atas untuk mengkonsumsi beras organik. Menurut IFOAM (2015) pasar beras organik mengalami peningkatan 5 persen ditiaip tahunnya, dimana pada tahun 2013 nilai penjualan beras organik mencapai 11 milyar.

Namun, sebagai sektor yang sangat penting, beras masih menghadapi berbagai persoalan, khususnya yang berkaitan dengan kesejahteraan petani. Persoalan pemasaran beras diantaranya, rendahnya harga jual di tingkat petani, pola saluran pemasaran, biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran (Manoppo et al., 2016). Hal ini disebabkan keterlibatan pedagang perantara menjadikan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen jauh berbeda (Istiyanti, 2010), karena terdapat fungsi-fungsi yang perlu dilakukan oleh perantara (Gitosudarmo, 1994), seperti fungsi penyediaan fisik dan logistik, juga fungsi pemberian fasilitas yang menimbulkan adanya biaya pemasaran.

Dalam hal ini pengelolaan rantai pasok menjadi sangat penting, menurut Sari (2012) beras organik merupakan produk yang eksklusif sehingga rantai pasok yang mengalirkan produk ini haruslah eksklusif, sehingga tidak merugikan konsumen akhir dan produk tiba di konsumen akhir tepat waktu dan tempat. Selain itu mekanisme rantai pasok pertanian Indonesia masih tergolong lemah karena produk pertanian yang memiliki sifat mudah rusak, musiman, jumlah yang banyak dengan nilai yang relatif kecil ini, sehingga sering kali menyebabkan fluktuasi harga yang akan merugikan pihak petani selaku produsen (Maghfiroh & Marimin, 2013).

Analisis rantai pasok beras organik ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana posisi tawar petani dalam membentuk kemitraan berdasarkan perjanjian atau kontrak dengan *manufactur*, *distributor*, dan *retailer*. Kemitraan yang dibangun petani tersebut diharapkan mampu mendapatkan kepastian pembelian hasil panennya dengan harga yang telah disepakati, dan mitra mendapatkan produk pertanian yang memiliki spesifikasi mutu yang telah disepakati.

Kabupaten Sukabumi, merupakan salah satu kabupaten terluas di provinsi Jawa barat (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2015), yang memiliki areal sawah produktif seluas 64.028 Ha dari total luas areal Kabupaten Sukabumi \pm 419.970 Ha (Badan Pusat Statistik Sukabumi, 2017). Hal tersebut dapat menunjukkan bahwasanya lahan sektor pertanian pada komoditas padi cukup berpotensi, sehingga perlu untuk dikembangkan, salah satunya dengan mengembangkan padi organik, dimana telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya bahwasanya peluang pasar beras organik cukup besar. Salah satu penghasil beras organik di Kabupaten Sukabumi ialah berasal dari kelompok tani Sari Alam dengan merk jual "Beras Raos", yang juga telah memiliki sertifikat organik ICERT. Beras organik "Beras Raos" ini dapat dikatakan sangat baru, hanya saja sistem dalam rantai pasok beras organik tersebut masih belum optimal. Hal tersebut ditandai dengan proses pemasarannya yang belum kuat sehingga perputaran uang untuk kegiatan produksi masih tersendat.

Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis efisiensi kinerja rantai pasok beras organik "Beras Raos" kelompok tani Sari Alam Kabupaten Sukabumi.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan data yang digunakan berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada beberapa anggota dari rantai pasok "Beras Raos" mulai

dari petani, kelompok tani Sari Alam, *retailer* dan konsumen dengan menggunakan kuesioner serta menggunakan teknik sampling *purposive sampling* yakni kepada kelompok tani Sari Alam yang kemudian, sampel selanjutnya ditentukan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, yakni peneliti menghubungi beberapa responden yang memenuhi kriteria (*qualified volunteer sample*) secara acak dan melalui rekomendasi kelompok tani Sari Alam untuk. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui kepustakaan yang terkait dengan penelitian ini, seperti buku, jurnal, penelitian sebelumnya, dan dokumen-dokumen lain yang mendukung. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari 2021 sampai Maret 2021.

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Adapun indikator yang ditelitinya adalah indikator efisiensi dengan pengukuran margin pemasaran dan *farmer's share*, juga indikator kinerja *supply chain* dengan menggunakan tiga ukuran, yakni *inventory turnover*, *inventory days of supply* dan *Cash to Cash Cycle Time*.

a. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui seberapa efisien pemasaran beras organik "Beras Raos" tersebut dapat diketahui melalui pengukuran margin pemasaran dan *farmer's share*.

1) Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Komponen margin ini terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran (Sudiyono, 2002)

Margin pemasaran secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Kohls & Uhl, 2002):

$$\begin{aligned}M_i &= P_{si} - P_{bi} \\M_i &= C_i + \pi_i \\P_{si} - P_{bi} &= C_i + \pi_i\end{aligned}$$

Maka besarnya margin total adalah:

$$MT = \sum M_i$$

Keterangan :

M_i = Margin pemasaran pada pasar tingkat ke- i
 P_{si} = Harga jual pada pasar tingkat ke- i
 P_{bi} = Harga beli pada pasar tingkat ke- i
 C_i = Biaya lembaga pemasaran tingkat ke- i
 MT = Margin total
 I = 1, 2, 3, ..., n

2) *Farmer's share*

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan tataniaga adalah dengan membandingkan persentase atau bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen akhir (Gusti, 2012). Secara matematis, *farmer's share* dirumuskan sebagai berikut (Kohls & Uhl, 2002) :

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan :

F_s = *Farmer's share*

Pf = Harga di tingkat petani

Pr = Harga yang dibayar konsumen akhir

b. Efisiensi Pengelolaan Asset

Ukuran yang digunakan dalam analisis ini ialah diantaranya *inventory turnover*, *inventory days of supply*, dan *cash to cash cycle time*, sebagaimana Russell & Taylor (2002) yang menyatakan bahwa pengukuran kinerja supply chain dapat menggunakan tiga ukuran seperti: *inventory turnover*, *inventory days of supply* dan *fill rate*.

1) *Inventory Turnover*

Metrik ini mengukur frekuensi perputaran persediaan yang telah digantikan sepanjang periode waktu tertentu serta menunjukkan berapa kali sesuatu asset dapat digunakan untuk memperoleh profit ataupun revenue.

Berikut merupakan perhitungan *inventory turnover* secara matematis (Russell & Taylor, 2002):

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{cost of good sold}}{\text{average aggregate value of inventory}}$$

2) *Inventory Days of Supply*

Metrik ini mengukur kecukupan persediaan dengan satuan waktu hari. *Inventory days of supply* ialah lamanya rata-rata (dalam hari) sesuatu perusahaan dapat bertahan dengan jumlah persediaan yang dipunyai apabila tidak terdapat pasokan lebih lanjut. Kinerja rantai pasok dikatakan bagus apabila sanggup memutar asset lebih cepat.

Perhitungan *inventory days of supply* dapat dilihat di bawah ini (Russell & Taylor, 2002):

$$\text{Inventory days of supply} = \frac{\text{average aggregate value of inventory}}{\text{COGS}/365\text{hari}}$$

3) *Cash to Cash Cycle Time*

Metrik ini mengukur kecepatan rantai pasok mengganti persediaan menjadi uang. Semakin pendek waktu yang diperlukan, maka semakin bagus rantai pasok. Perusahaan yang bagus mempunyai *cash to cash cycle time* yang pendek.

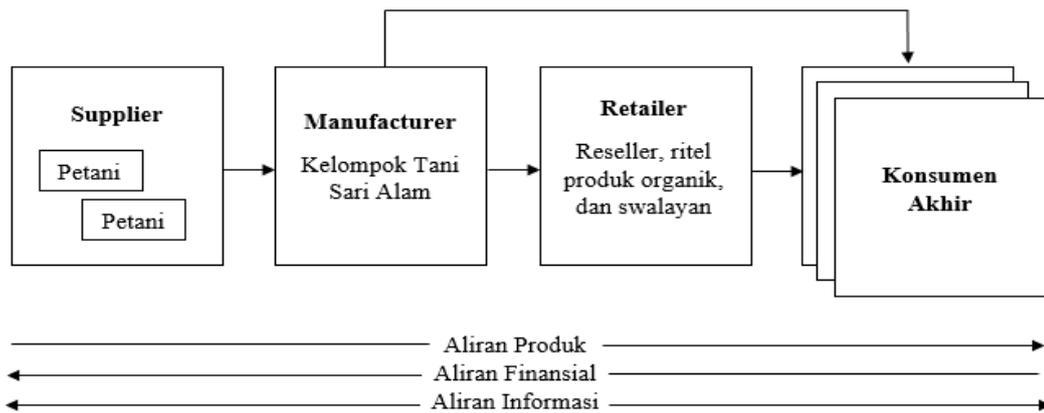
Berikut merupakan perhitungan *cash to cash cycle time* menurut Pujawan, (2005):

$$\text{Cash to cash cycle time} = \text{inventory days of supply} + \text{average days of account receivable} - \text{average days of account payable}$$

3. Hasil dan Pembahasan

a. Gambaran Rantai Pasok

Menurut Anwar (2013) jaringan perusahaan-perusahaan yang terjalin dalam suatu rantai pasok terdiri dari: *Supplier*, *Manufacturer*, *Distributor*, *Retail Outlets*, *Customers*. Dalam konteks rantai pasok beras organik "Beras Raos", jaringan perusahaan-perusahaan tersebut diantaranya mencakup petani sebagai *supplier*, Kelompok Tani Sari Alam sebagai *manufacturer*, dan para reseller, ritel produk organik serta swalayan sebagai *retailer*. Adapun struktur rantai pasok beras organik tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini (Gambar 1):



Gambar 1. Struktur Rantai Pasok Beras Organik Beras Raos

Dalam suatu rantai pasok terdapat tiga macam aliran yang harus dikelola (Pujawan, 2005). Pertama, aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Kedua, aliran uang (finansial) yang mengalir dari hilir ke hulu. Ketiga, aliran informasi yang terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

Aliran produk dimulai dari petani yang merupakan anggota kelompok tani Sari Alam dengan total jumlah anggota sebanyak 28 orang. Produk yang dikirim oleh petani sebagian besar berupa GKG (Gabah Kering Giling). Kemudian dari kelompok tani Sari Alam gabah diproduksi menjadi beras, melalui beberapa tahapan seperti: penyaringan, penggilingan 1, penggilingan 2, penyortiran dan pengemasan. Setelah itu produk dipasarkan secara *offline* juga *online*. Secara *offline*, produk dijual langsung ditempat produksi, dijual melalui beberapa *reseller*, dan juga di beberapa ritel lainnya, seperti: PT. Okouri Bumi Nusantara, Rumahku Hijau, Toserba Selamat, dan Yogya Mart Pelabuhan Ratu, sedangkan secara *online* produk dijual melalui Facebook, Instagram, Website, dan Marketplace.

Aliran finansial yang terjadi dari konsumen ke *retailer* dilakukan transaksi secara tunai. Sedangkan aliran keuangan dari *retailer* ke kelompok tani Sari Alam belum seluruhnya dilakukan transaksi secara tunai, sebagian besar *retailer* melakukan pembayaran non-tunai, diantaranya seperti pembayaran dengan sistem konsinyasi, berdasarkan jatuh tempo yang telah ditetapkan, dan setoran yang dilakukan per minggu atau per bulan. Meskipun seperti itu, untuk aliran keuangan dari kelompok tani Sari Alam kepada petani dapat dikatakan lancar karena pembayaran gabah dari kelompok tani Sari Alam dilakukan secara langsung. Namun, keuangan kelompok tani Sari Alam untuk kegiatan produksi sering kali terhambat, karena sebagian besar *retailer* melakukan transaksi secara non-tunai, sedangkan transaksi yang dilakukan dari kelompok tani Sari Alam kepada petani seringkali dilakukan secara tunai.

Aliran informasi dari rantai pasok beras organik Beras Raos ini berlangsung secara dua arah yakni dari petani hingga ke konsumen akhir, dan sebaliknya. Informasi yang dimaksud dapat berupa, pengetahuan dan teknologi, kegiatan budidaya dan produksi yang sesuai dengan permintaan pasar, informasi harga, kapasitas produksi yang disediakan, proses pengiriman, kebutuhan *retailer* dan konsumen, dan keluhan *retailer* dan konsumen. Proses komunikasi dilakukan secara langsung ataupun melalui *smartphone*.

Adapun aliran transportasi yang terjadi antar anggota rantai pasok dapat dikatakan lancar. Seperti halnya aliran transportasi dari petani kepada kelompok tani

Sari Alam. Proses pendistribusian gabah dari petani dilakukan langsung oleh petani, baik itu menggunakan sepeda motor ataupun mobil *pick up*, jarak lokasi petani ke lokasi penggilingan kelompok tani Sari Alam cukup dekat, karena masih dalam kawasan desa yang sama. Sedangkan aliran transportasi dari kelompok tani Sari Alam kepada para *retailer* cukup bervariasi, karena para *retailer* tersebar di beberapa wilayah, dan untuk *retailer* yang jarak lokasinya paling jauh ada di wilayah Bekasi, dengan waktu tempuh perjalanan kurang lebih 4-5 jam, sehingga untuk proses pendistribusian dari kelompok tani Sari Alam cukup lancar.

b. Efisiensi Kinerja Rantai Pasok

Efisiensi merupakan indikator kinerja rantai pasok yang mengukur hasil (keluaran) yang dicapai dengan masukan (input) yang digunakan. Indikator efisiensi pada rantai pasok antara lain adalah: biaya/*cost* (produksi, pertanian, distribusi), keuntungan, tingkat pengembalian investasi, dan persediaan (Indriani et al., 2019). Adapun dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk menganalisis efisiensi pada rantai pasok adalah menggunakan indikator efisien pemasaran dan efisiensi pengelolaan asset sebagaimana dalam penelitian Prisca Sari & Nurmalina (2013).

1) Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran beras organik mencerminkan penyebaran keuntungan dan manfaat yang diperoleh masing-masing anggota rantai pasok beras organik. Menurut Indriani (2019) pemasaran yang efisien diperoleh dari efisiensi operasional dan efisiensi harga. Adapun pendekatan efisiensi pemasaran dalam analisis kinerja rantai pasok beras organik ini menggunakan pendekatan operasional karena dapat mempertimbangkan fungsi-fungsi yang mampu meningkatkan rasio output terhadap input pemasaran. Analisis efisiensi pemasaran dengan pendekatan operasional dapat diukur menggunakan margin pemasaran, *farmer's share*.

Tabel 1.
Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* Rantai Pasok Beras Organik Beras Raos

Lembaga Pemasaran		Saluran 1 (Rp/Kg)	Saluran 2 (Rp/Kg)	
Petani	Harga Jual	6.200	6.200	
	Poktan Sari Alam	Harga Beli	6.200	6.200
		Harga Jual	14.800	14.800
	Margin	8.600	8.600	
<i>Retailer</i>	Harga Beli	-	14.800	
	Harga Jual	-	17.540	
	Margin	-	2.740	
Total Margin		8.600	11.340	
<i>Farmer's share</i>		41,8%	35,3%	

Berdasarkan tabel di atas total margin pada saluran 1 tercatat sebesar Rp. 8.600,- sedangkan pada saluran 2 tercatat Rp. 11.340,-. Total margin pada saluran 1 merupakan selisih antara harga jual gabah dari petani sebesar Rp 6.200,-/kg dengan harga jual produk (berupa beras organik) yang ditetapkan oleh kelompok tani Sari Alam sebesar Rp 14.800,-/kg. Total margin pada saluran 1 ini lebih besar dibandingkan pada saluran 2, hal ini dikarenakan banyak fungsi yang dilakukan pihak kelompok tani Sari Alam. Menurut Prisca Nurmala Sari (2012) margin pemasaran mencerminkan perbedaan pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran yang disebabkan oleh besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran juga berbeda, tergantung dari fungsi pemasaran yang dilakukan.

Dalam fungsi pemasaran terdapat tiga fungsi yakni fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh kelompok tani Sari Alam diantaranya pembelian gabah dari petani (fungsi pembelian) dan penjualan beras organik (fungsi penjualan). Kemudian, fungsi fisik yang dilakukan oleh kelompok tani Sari Alam diantaranya fungsi penyimpanan produk berupa gabah dan beberapa beras sampel; fungsi pengolahan yakni pengolahan gabah menjadi beras; dan fungsi pengangkutan. Sedangkan fungsi fasilitas yang dilakukan oleh lembaga pemasaran ini diantaranya terdapat fungsi keuangan, fungsi standarisasi, fungsi penanggulangan risiko, dan fungsi informasi pasar. Fungsi keuangan yang dilakukan berupa upaya persediaan modal untuk kegiatan produksi dan pengembangan usaha; fungsi standarisasi dengan kegiatan sortasi memisahkan antara menir dan beras yang utuh, pengemasan, pelabelan, dan pengadaan sertifikat organik; fungsi penanggulangan risiko yakni risiko produksi seperti gagal panen serta kualitas dan permintaan produk menurun; serta fungsi intelejen pasar yakni dengan mengumpulkan, menginterpretasikan, dan menyebarkan informasi pasar kepada petani.

Adapun total margin pada saluran 2 adalah sebesar Rp. 11.340,- yakni penjumlahan nilai margin yang diterima petani, kelompok tani Sari Alam dan *retailer*. Total margin antara saluran 1 dan saluran 2 tidak menunjukkan perubahan yang sangat besar, dikarenakan margin di tingkat *retailer* hanya sebesar Rp. 2.740,-. Nilai tersebut diambil berdasarkan selisih antara harga beli beras dari kelompok tani Sari Alam seharga Rp 14.800 dan rata-rata harga jual *retailer* sebesar Rp 17.540. Nilai margin tersebut sangat kecil jika dibandingkan dengan margin yang diperoleh kelompok tani Sari Alam. Akan tetapi hal ini sebanding dengan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh *retailer* yang jauh lebih sedikit dibandingkan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh kelompok tani Sari Alam. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh *retailer* tersebut diantaranya fungsi pertukaran, yang terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian produk berupa beras; fungsi fisik, yang hanya ada fungsi penyimpanan saja; dan terakhir fungsi fasilitas, yang terdiri dari fungsi keuangan, fungsi standarisasi yang mencakup mencakup sortasi, pengemasan ulang, dan pelabelan, namun untuk fungsi standarisasi ini hanya dilakukan oleh sebagian kecil *retailer* saja; fungsi penanggulangan risiko seperti risiko kualitas, harga dan permintaan produk menurun; dan fungsi intelejen pasar, tetapi untuk informasi pasar tidak disampaikan kepada kelompok tani Sari Alam dan petani. Selain itu nilai margin yang diambil dalam penelitian ini diperoleh dari selisih harga beli dan harga jual rata-rata *retailer*, dan sebagian besar *retailer* beras organik "Beras Raos" ini merupakan penjual *reseller*, yakni penjual yang hanya melakukan fungsi pertukaran (fungsi penjualan dan fungsi pembelian), fungsi

fisik (fungsi penyimpanan) dan terakhir fungsi fasilitas (fungsi keuangan, fungsi penanggungungan risiko, fungsi intelejen pasar).

Dengan demikian dapat disimpulkan margin pemasaran dalam rantai pasok beras organik Beras Raos dapat dikatakan efisien, baik itu pada saluran 1 ataupun pada saluran 2. Selain itu rantai pasok yang dimiliki beras organik ini yang tidak terlalu panjang, sehingga tidak banyak pihak lain yang terkait, yang dapat menyebabkan bertambahnya fungsi pemasaran sekaligus bertambahnya total nilai margin.

Adapun nilai *farmer's share* dari rantai pasok beras organik "Beras Raos" ini diantaranya, pada saluran 1 menunjukkan sebesar 41,8%. Sedangkan nilai *farmer's share* pada saluran 2 menunjukkan sebesar 35,3%. Berdasarkan hasil tersebut nilai *farmer's share* tertinggi pada rantai pasok ini adalah ada pada saluran 1 yakni dari kelompok tani Sari Alam dengan nilai persentase sebesar 41,8%. Akan tetapi nilai tersebut masih jauh dari kriteria pemasaran yang efisien, sebagaimana menurut Ria Indriani dkk (2019) yang menyatakan bahwa suatu pemasaran dapat dikatakan efisien jika nilai *farmer's share* > 70%, sehingga *farmer's share* dalam rantai pasok "Beras Raos" ini belum efisien. Hal ini, dapat disebabkan karena, fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani jauh lebih sedikit dibandingkan fungsi pemasaran kelompok tani Sari Alam.

2) Efisiensi Pengelolaan Aset

Analisis pengelolaan asset dalam penelitian ini difokuskan pada kelompok tani Sari Alam saja, dikarenakan unit usaha ini merupakan sentra dari rantai pasok beras organik "Beras Raos". Bentuk asset yang dimaksud disini ialah asset berupa produk akhir serta asset uang tunai. Asset persediaan dianalisis menggunakan indikator *inventory turnover* dan *inventory days of supply*, serta menggunakan indikator *cash to cash cycle time* untuk analisis asset uang tunai.

Nilai *Inventory turnover* diperoleh melalui perhitungan nilai bayaran penjualan produk (*cost of good sold*) atau biasa disingkat dengan COGS dibagi *average aggregate value of inventory*. Berdasarkan data yang diperoleh nilai COGS tersebut sebesar Rp. 483.374.238, dengan rincian sebagai berikut (Tabel 2):

Tabel 2.

Total Rincian Perhitungan COGS pada Kelompok Tani Sari Alam	
Komponen	Nilai (Rp)
Biaya bahan baku	403.512.838
Biaya tenaga kerja	77.381.400
Biaya penyusutan	2.480.000
Jumlah	483.374.238
COGS	483.374.238

Sedangkan nilai *average aggregate value of inventory* diperoleh dari perhitungan rata-rata persediaan sebesar 5.432 kg dikali biaya per unit sebesar Rp. 8.089, sehingga menghasilkan nilai sebesar Rp. 43.942.757. Dengan begitu hasil perhitungan COGS dengan *average aggregate value of inventory* tersebut menunjukkan bahwa nilai perputaran persediaan terdapat sebanyak 11 kali. Nilai tersebut juga dapat dikategorikan cukup tinggi sehingga Kelompok tani Sari Alam dapat cepat menutupi investasi yang dilakukan untuk mengadakan persediaannya karena perputarannya yang cukup cepat.

Sedangkan nilai *inventory days of supply* diperoleh dari lamanya rata-rata persediaan barang jadi yang tersimpan di gudang hingga akhirnya terjual melalui

perhitungan bagi hasil nilai *average aggregate value of inventory* dengan COGS/hari. Dari perhitungan tersebut diperoleh *inventory days of supply* sebanyak 30,4 hari atau sama dengan 30 hari. Hal ini menunjukkan persediaan beras organik yang sudah ada, cukup untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan selama 30 hari jika tidak ada pasokan lebih lanjut dari petani, dengan begitu kelompok tani Sari Alam tidak perlu mengeluarkan banyak biaya penyimpanan.

Adapun nilai *cash to cash cycle time* pada kelompok tani Sari Alam menunjukkan sebesar 37 hari. Nilai tersebut berdasarkan penjumlahan nilai *inventory days of supply* (30 hari) dengan *average account receivable* (10 hari) yang kemudian dikurangi nilai rata-rata *account payable* (3 hari) menghasilkan nilai *cash to cash cycle time* sebanyak 37 hari. Jangka waktu 37 hari untuk mengubah persediaan beras organik menjadi uang masih tergolong cukup lama. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok tani Sari Alam belum dapat mengelola uang tunai dengan baik bersama anggota rantai pasok beras organik lainnya.

Dengan begitu, untuk efisiensi pengelolaan aset kelompok tani Sari Alam ini menunjukkan efisien dalam *inventory turnover*, *inventory days of supply* dan belum efisien dalam *cash to cash cycle time*.

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil analisis kinerja rantai pasok beras organik "Beras Raos" ini adalah diantaranya dilihat berdasarkan analisis efisiensi. Rantai pasok "Beras Raos" belum berjalan secara efisien baik dari efisiensi pemasaran maupun efisiensi pengelolaan aset. Dimana nilai *farmer's share* yang masih < 70%, yakni hanya mencapai 41,8% dan nilai *cash to cash cycle time* yang mencapai 37 hari untuk mengubah persediaan beras organik menjadi uang, dimana rentang waktu 37 hari tersebut masih tergolong cukup lama.

Daftar Pustaka

- Anwar, S. N. (2013). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) : Konsep Dan Hakikat. *Jurnal Dinamika Informatika*, Vol 3 No 2 (2011).
- Gitosudarmo, I. (1994). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Gusti, P. (2012). *Tataniaga Pertanian, Saluran Tataniaga, Marjin Tataniaga, dan Pemasaran*.
- Indriani, R., Darman, R., & Mahyuddin. (2019). *Rantai Pasok Aplikasi pada Komoditas Cabe Rawit di Provinsi Gorontalo*. Ideas Publishing.
- Istiyanti, E. (2010). Efisiensi Pemasaran Cabai Keriting Di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. *Jurnal Pertanian MAPETA*, 12, no. 2.
- Kohls, R., & Uhl, J. (2002). *Marketing of Agricultural Products*. Mc Millan Publishing Company.
- Maghfiroh, & Marimin, N. (2013). *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. IPB Press.
- Manoppo, A. R., Dumais, J. N. K., & Pangemanan, P. A. (2016). *Perbandingan Margin Pemasaran Beras Berdasarkan Musim Panen di Kecamatan Kakas Barat*. 12, No 3.
- Pujawan, I. (2005). *Supply Chain Management*. Guna Widya.
- Rahim, A., & Hastuti, D. R. D. (2007). *Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya.
- Russell, & Taylor. (2002). *Operation Management : Quality and Competitiveness in a Global*

Environment (5th ed.). Prentice Hall International Inc.

Sari, P. N. (2012). *Analisis Network Supply Chain dan Pengendalian Persediaan Beras Organik*. Institut Pertanian Bogor.

Sari, P., & Nurmalina, R. (2013). Manajemen Rantai Pasok Pada Rantai Pasok Berjaring Beras Organik. *Forum Agribisnis : Agribusiness Forum*, 3(2).
<https://doi.org/10.29244/fagb.3.2.111-128>

Sudiyono. (2002). *Pemasaran Pertanian*. UMM Pers.