



## RANTAI NILAI PEMASARAN BERAS DI PASAR TRADISIONAL TERONG MAKASSAR

### *Rice Marketing Value Chain In Makassar Terong Traditional Market*

**Marina\*, Didi Rumana, Letty Fudjaja, A. Amrullah, Pipi Diansari**

Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian,  
Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin, Makassar

\*Kontak Penulis : marina.marina75@yahoo.com

#### **Abstrak**

*This study aims to determine the activities carried out at the level of wholesalers and retailers in Makassar Traditional Eggplant Market and determine the marketing margin of rice in Makassar Traditional Eggplant Market. The number of samples taken as many as 8 retail respondents and as many as 6 respondents of large traders taken by simple random sampling. Analysis of the data used is descriptive analysis to identify rice magnification activities in the Makassar City of Terong Traditional Market and quantitative analysis, which is to analyze marketing margins and rice profit ratios in the Makassar City of Terong Traditional Market. Activities undertaken by large traders prior to selling are ensuring the amount of rice stock, contacting rice suppliers and making direct and indirect sales while retailers do not conduct a series of activities before selling, at the level of rice traders only conducting sales activities. Marketing margins from retailer which is Rp. 1,705 while the marketing margin at the wholesaler level is Rp. 867.*

*Keywords: value chain; rice; eggplant market*

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan pedagang besar dan pengecer di Pasar Terong Tradisional Makassar dan mengetahui margin pemasaran beras di Pasar Terong Tradisional Makassar. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 8 responden pedagang eceran dan pedagang besar sebanyak 6 responden diambil dengan cara simple random sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk mengidentifikasi kegiatan perbesaran beras di Pasar Tradisional Terong Kota Makassar dan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis margin pemasaran dan rasio keuntungan beras di Pasar Tradisional Terong Kota Makassar. Kegiatan yang dilakukan oleh pedagang besar sebelum melakukan penjualan adalah memastikan jumlah stok beras, menghubungi pemasok beras dan melakukan penjualan langsung maupun tidak langsung sedangkan pengecer tidak melakukan rangkaian kegiatan sebelum berjualan, pada tingkat pedagang beras hanya melakukan kegiatan penjualan. Margin pemasaran dari pengecer yaitu Rp. 1.705 sedangkan margin pemasaran di tingkat grosir Rp. 867.

Kata kunci: rantai nilai; Nasi; pasar terong

### **1. Pendahuluan**

Pangan merupakan salah satu kebutuhan primer atau kebutuhan pokok manusia, sebagai sumber penunjang kebutuhan dan kehidupannya. Salah satu yang termasuk pangan adalah beras seperti pendapat (Mahyuddin, 2016)

Komoditi beras saat ini masih dipandang sebagai komoditas pangan strategis secara nasional, mengingat komoditi tersebut selain sebagai bahan pangan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia, terutama disentra-sentra produksinya. Selain itu, komoditi tersebut memiliki volatilitas harga yang cukup tinggi, baik antar waktu, antar tempat maupun pelaku.

Beras di Indonesia diposisikan sebagai komoditas strategis, baik dari sisi ekonomis maupun sosial politis, karena (1) beras merupakan bahan pangan pokok bagi 95% penduduk Indonesia, (2) menyediakan kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi sekitar 21 juta rumah tangga tani, (3) sekitar 30% dari total pengeluaran rumahtangga miskin dialokasikan untuk beras (Suryana dalam Ariyono dkk, 2011).

Masalah beras merupakan masalah yang perlu diperhatikan, disaat bangsa Indonesia mengalami krisis yang cukup membebani rakyat golongan menengah ke bawah yang merupakan mayoritas rakyat Indonesia saat ini. Peranan pemerintah dengan lembaga penyanggah (BULOG/DOLOG) yang sebenarnya bertujuan untuk memantau, menjaga dan menstabilkan harga dan pasokan beras di pasar ternyata belum mampu berperan secara signifikan akibat lemahnya kemampuan manajerial pengelola sehingga sering terjadi gejolak harga di pasar yang cukup meresahkan masyarakat (Herlina,2003).

Sulawesi Selatan sendiri merupakan salah satu penghasil beras terbesar di Kawasan Indonesia Timur. Predikat sebagai lumbung padi nasional mengukuhkan posisi Sulawesi Selatan sebagai produsen tanaman pangan yang cukup potensial. Setiap tahunnya Provinsi Sulawesi Selatan menghasilkan 2.305.469 ton beras (Dwipa dalam Yapputra, 2017).

Porter (Mangifera, 2015) menjelaskan rantai nilai yang efektif merupakan kunci keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang dapat menghasilkan nilai tambah (*value added*) bagi suatu industri. Rantai nilai bisa digambarkan sebagai keseluruhan aktifitas yang disyaratkan untuk membawa barang atau jasa dari tempat perancangan, melalui fase produksi yang beragam (melibatkan transformasi fisik dan input dari beragam penyedia jasa), mengirimkan kepada konsumen akhir, dan daur ulang setelah penggunaan. Selanjutnya analisis rantai nilai juga berfungsi untuk mengidentifikasi tahap tahap rantai nilai di mana industri dapat meningkatkan nilai tambah (*Value added*) bagi pelanggan dan mengefisiensikan biaya yang dikeluarkan. Industri mampu menjadi lebih kompetitif melalui Efisiensi biaya atau peningkatan nilai tambah (*Value added*) yang di peroleh melalui aktivitas rantai nilainya.

Analisis rantai nilai bisa membantu untuk mengetahui pelaku yang ada dalam rantai pemasaran yang kemudian bisa dirumuskan strategi yang tepat baik dengan memotong rantai ataupun dengan memberikan solusi bagi tiap pelaku. Rantai nilai dalam suatu kegiatan pertanian perlu diperhatikan dalam hal sistem produksi mulai dari tanam sampai dengan perawatan kemudian setelah itu dalam hal sistem panen kemudian dalam serangkaian kegiatan rantai nilai pemasaran menjadi kegiatan yang penting untuk melihat seberapa efektifkah rantai yang tercipta baru setelah itu akan terlihat margin harga antar pelaku dalam rantai nilai (Sukayana (Widayat, 2016).

Konsep rantai nilai pada dasarnya mengacu pada serangkaian kegiatan yang dilakukan sedemikian rupa oleh para pelaku dalam rantai nilai sehingga

memaksimalkan terbentuknya nilai sepanjang rantai tersebut. Rangkaian kegiatan yang dimaksudkan adalah yang mencakup keseluruhan aktivitas pelaku, mulai tahap konseptual, penyediaan input, tahap produksi, pengiriman produk ke konsumen, termasuk kegiatan pelayanan jual (Mahyuddin, 2016).

Kota Makassar sebagai sentra ekonomi di Sulawesi Selatan memiliki beberapa pusat sumber ekonomi, salah satunya yaitu pasar Tradisional. Diantara beberapa pasar tradisional yang dimilikinya, terdapat pasar tradisional Terong yang menjadi pusat pasokan pangan beberapa masyarakat di kota Makassar. Letak pasar Terong dianggap cukup strategis, karena lokasinya yang mudah di akses dan berada di tangan perkotaan, sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin berbelanja kebutuhan di pasar tradisional tersebut. Adapun salah satu jenis pangan yang dijual di pasar Terong yang juga merupakan sumber pangan pokok masyarakat yaitu beras.

Berdasarkan uraian diatas maka muncul ide penelitian terkait saluran distribusi beras di pasar tradisional dengan judul penelitian "Rantai Nilai Pemasaran Beras di Pasar Tradisional Terong Makassar".

## **2. Metodologi**

Penelitian ini dilaksanakan di pasar Tradisional Kota Makassar, tepatnya di Pasar Terong di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan lokasi yang cukup strategis dan merupakan sentra penjualan bahan pokok seperti beras, sehingga peneliti dapat mengamati rantai nilai terhadap penjualan beras di pasar Terong di Kota Makassar. Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, yaitu bulan Juni-Juli 2019.

Adapun jumlah populasi dari pedagang beras di pasar Tradisional Terong Kota Makassar berjumlah 20 pedagang yang terdiri dari pedagang besar dan pedagang pengecer. Adapun jumlah responden yang diambil dengan metode simple random sampling yaitu sebanyak 8 responden dari pengecer 6 dari pedagang besar yang ada di pasar Tradisional Terong Kota Makassar dengan pertimbangan bahwa responden tersebut telah mewakili informasi yang akan diteliti.

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan penelitian pertama diidentifikasi dengan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi aktivitas-aktivitas dalam kegiatan pemasaran beras di pasar Tradisional Terong Kota Makassar. Analisis deskriptif adalah analisis yang mencakup sekumpulan tujuan-tujuan riset, yaitu menggambarkan karakteristik dan kelompok-kelompok tertentu, mengestimasi jumlah orang dalam populasi tertentu yang berperilaku dengan cara tertentu dan membuat prediksi tertentu.
2. Tujuan penelitian kedua dianalisis dengan analisis kuantitatif yaitu untuk menganalisis margin pemasaran beras di pasar Tradisional Terong Kota Makassar dengan rumus margin pemasaran.
  - a. Margin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Marjin ini akan diterima oleh Lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Makin Panjang tataniaga (makin banyak Lembaga yang terlibat) maka semakin besar marjin tataniaga (Daniel dalam Widiarti, 2010). Berikut adalah rumus untuk perhitungan margin pemasaran:

$$MP = Pr - Pf \text{ atau } Mp = \sum bi + \sum ki$$

Keterangan :

Mp : Margin Pemasaran

Pr : Harga ditingkat Konsumen

Pf : Harga ditingkat Produsen

Atau:

Bi : Biaya pada tiap lembaga pemasaran

Ki : Keuntungan pada tiap lembaga pemasaran

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **Karakteristik Responden**

Rata-rata responden pedagang besar dan pengecer masih tergolong usia produktif, tingkat pendidikan yang dimiliki pedagang besar persentase tertinggi pada tingkat SMA dengan persentase 50 % dan pedagang pengecer persentase tertinggi pada tingkat SD dengan persentase 50 % Pengalaman berdagang untuk pedagang besar lebih dari 10 tahun dan untuk pengalaman berdagang pedagang pengecer kurang dari 10 Rata-rata jumlah tanggungan yang dimiliki pedagang besar dan pengecer kurang dari 5 orang.

#### **Identifikasi Aktivitas Rantai Nilai Pelaku Pemasaran**

Aktivitas merupakan serangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh responden guna mendapatkan keuntungan atau nilai yang lebih dalam melakukan pemasaran suatu produk. Aktivitas atau kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu melakukan aktivitas sortasi seperti menampi beras sebelum dipasarkan, aktivitas pengemasan dan penjualan baik yang dilakukan oleh pedagang besar maupun pedagang pengecer di Pasar Tradisional Terong Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan.

##### **1) Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer merupakan pelaku dalam kegiatan pemasaran yang melakukan kegiatan penjualan beras baik secara langsung ke konsumen akhir di Pasar Tradisional Terong Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan. Perdagangan eceran sangat penting bagi produsen, karena melalui pengecer produsen dapat memperoleh informasi berharga tentang barangnya. Pedagang besar dapat bertanya ke pengecer, tentang pendapat konsumen, mengenai bentuk, rasa, daya tahan, harga dan segala sesuatu mengenai produknya. Juga dapat diketahui

mengenai kekuatan saingan. Adapun aktivitas yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu sebagai berikut:

a. Tahap Konseptual dan Penyediaan input

Pengendalian persediaan merupakan salah satu yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena tanpa pengendalian persediaan yang tepat perusahaan akan mengalami masalah seperti memenuhi kebutuhan konsumen baik dalam bentuk barang maupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Pengendalian persediaan merupakan salah satu yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena tanpa pengendalian persediaan yang tepat perusahaan akan mengalami masalah didalam memenuhi kebutuhan konsumen baik dalam bentuk barang maupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Sebuah perusahaan harus bijak didalam menentukan jumlah persediaan barang yang akan di pakai dalam proses produksi, karena tanpa adanya manajemen yang tepat perusahaan akan mengalami kerugian akibat biaya-biaya yang semestinya tidak dikeluarkan oleh perusahaan seperti biaya operasional (Sulaeman, 2015).

Pembelian beras dilakukan di pedagang besar maupun agen penggilingan daerah. Tahap penyediaan input pedagang pengecer yaitu setiap bulannya pedagang pengecer membeli beras di pedagang besar atau agen yang ada di sekitar pasar Tradisional Terong Kota Makassar namun akan dikondisikan dengan stok beras yang tersisa.

b. Tahap Produksi

Produksi adalah menciptakan, menghasilkan, dan membuat. Kegiatan produksi tidak akan dapat dilakukan kalau tidak ada bahan yang memungkinkan dilakukannya proses produksi itu sendiri. Untuk bisa melakukan produksi, orang memerlukan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur itu disebut faktor-faktor produksi (*factors of production*). Jadi, semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang disebut sebagai faktor-faktor produksi (Sumolang, 2012).

Menurut beberapa responden pedagang pengecer yang ada di pasar Tradisional Terong Kota Makassar mengatakan bahwa mereka tidak melakukan kegiatan sortasi seperti menampi beras hal ini dikarenakan pada pedagang pengecer langsung melakukan proses penjualan beras. Selain itu menurut Andri dan Hj. Sannang mengatakan bahwa beras tersebut sudah bersih dan layak untuk dipasarkan ke konsumen akhir. Sumber pemasokan beras yang di dapatkan oleh pedagang pengecer yaitu pada umumnya berasal dari pedagang besar yang ada di pasar tradisional terong Kota Makassar dan dari berbagai daerah seperti Sidrap.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di pedagang pengecer beras di pasar Tradisional Terong Kota Makassar yang berjumlah 8 responden rata-rata tidak melakukan aktivitas pengemasan hal ini karena beras yang dipasarkan ke konsumen akhir di jual dengan satuan liter sehingga tidak perlu melakukan proses pengemasan. Alasannya karena ke 8 responden pedagang pengecer merasa bahwa beras yang tanpa melalui pengemasan dapat lebih mudah dijual sehingga ukuran beras yang dibeli oleh pembeli lebih bervariasi alasan lainnya kerena beras dirasa sudah bersih sehingga tidak perlu melakukan proses pengemasan. Selain itu, apabila dilakukan pengemasan akan menggunakan biaya

tambahan. Responden juga beranggapan bahwa apabila dalam pembelian beras, cukup menggunakan kantong plastik yang hemat biaya dan praktis.

c. Pengiriman Barang

Saluran pemasaran beras yang dilakukan pada pedagang pengecer biasanya langsung ke konsumen akhir, proses transaksi yang dilakukan yaitu pembeli mendatangi langsung tempat penjualan beras pedagang pengecer sehingga terjadi transaksi jual beli antara pembeli dengan pedagang.

Pedagang pengecer beras yang ada di pasar Tradisional Terong Kota Makassar dalam hal ini pada umumnya mereka membeli beras dan menjual beras kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada aktivitas apapun, hal ini karena menurut Andri dan Hj. Sannang yang merupakan pedagang pengecer yang ada di pasar Tradisional Terong Kota Makassar mengatakan bahwa mereka membeli beras dalam kemasan sehingga tidak perlu melakukan aktivitas seperti menampi beras terlebih dahulu sebelum dipasarkan karena menurut mereka beras tersebut sudah bersih dan layak untuk dijual dan langsung dipasarkan ke konsumen akhir. Fungsi pemasaran dari pedagang pengecer adalah menyalurkan beras ke para konsumen. Adapun selisih volume penjualan dan pembelian pada pedagang pengecer di pasar Tradisional Terong Kota Makassar dapat dilihat pada lampiran 3.

Berdasarkan lampiran 3 dapat dilihat bahwa jumlah volume pembelian dan penjualan pada level pedagang pengecer rata menjual langsung sehingga volume beras tidak berkurang dari hasil wawancara yang dilakukakn salah satu pedagang pengecer yang ada di pasar Tradisional Terong Kota Makassar yang bernama Andri mengatakan bahwa jumlah volume pembelian dan volume penjualan tidak memiliki selisih hal ini dikarenakan beras yang dibeli langsung dipasarkan selain itu tidak melakukan kegiatan sortasi seperti manampi beras sehingga tidak memiliki selisih pembelian dan penjualan hal serupa juga terjadi pada beberapa responden pedagang pengecer lainnya yaitu Hj. Sannang, Zamsul, Fatma dan Suriani yang merupakan pedagang pengecer di pasar Tradisional Terong Kota Makassar. Sedangkan beberapa responden yang memiliki selisih antara volume penjualan dan pembelian yaitu karena beras tersebut dikonsumsi dengan jumlah tanggungan keluarga.

## **2) Pedagang Besar**

Pedagang besar yaitu pedagang yang membeli hasil pertanian dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul atau langsung dari petani produsen. Modalnya relatif besar sehingga mampu memproses hasil pertanian yang telah dibeli. Menurut Handyani (2013), Pedagang beras memiliki peran yang sangat penting dalam jalur rantai pasok beras karena umumnya penyimpanan beras pada titik ini lebih lama jika dibandingkan petani. Adapun aktivitas yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu sebagai berikut:

a. Tahap Konseptual dan Penyediaan Input

Pembelian bahan baku oleh pedagang dilakukan dengan cara membelinya dari penggilingan luar Kabupaten seperti Kabupaten Sidrap, Pinrang, Wajo, Soppeng, pemasokan terbanyak yaitu berasal dari Kabupaten Sidrap. Karena adanya sumber pasok dari berbagai daerah dapat memudahkan pedagang besar untuk selalu mendapatkan stok beras yang apabila stok beras berkurang. Sebelum

melakukan pembelian beras, para pedagang beras ini biasanya mengumpulkan informasi terkait sumber-sumber pemasok beras berdasarkan kualitas beras dan harga yang diinginkan serta mencari informasi terkait harga beras yang berlaku di pasar.

Tahap penyediaan input pedagang besar yaitu apabila stok beras berkurang maka pedagang besar akan menghubungi pabrik dari daerah untuk memasukkan beras biasanya pemasukan akan dilakukan setiap sebulan, namun akan dikondisikan dengan stok beras yang tersisa. Aktivitas lainnya yaitu pencarian informasi mengenai lokasi-lokasi pembelian gabah, aktivitas ini mencakup pencarian informasi harga beras. Sebelum aktivitas pembelian beras dari penggilingan ini juga melakukan kegiatan persiapan-persiapan seperti penyiapan modal, selain itu penyediaan sarana prasarana dalam penunjang kegiatan produksi seperti kegiatan sortasi maupun kegiatan pengemasan.

#### b. Tahap Produksi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di pasar Tradisional Terong Kota Makassar dari ke 6 responden pedagang besar 3 diantara yang melakukan aktivitas atau kegiatan sortasi, Kegiatan sortasi yang dilakukan seperti menampi beras seperti yang dilakukan oleh Muktar dan Dede Utama sebelum memasarkan beras ke konsumen akhir maupun pedagang pengecer. Hasil penelitian yang dilakukan dipasar Tradisional Terong Kota Makassar dapat dilihat adanya perbedaan harga yang ditetapkan oleh pedagang yang melakukan aktivitas sortasi seperti menampi beras maupun yang tidak melakukan kegiatan sortasi yang dapat dilihat pada lampiran 2 yang memiliki selisih harga jual sebesar Rp. 1.000 yang melakukan kegiatan sortasi dibandingkan dengan responden yang tidak melakukan kegiatan sortasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Wijandy (2008) mengenai sortasi penting untuk memberikan kepastian harga karena masing-masing tingkat mutu mempunyai harga yang berbeda-beda. Adanya sortasi memungkinkan petani dan pedagang memperoleh harga yang lebih baik.

Sortasi bertujuan untuk memilah-milah atau memisah-misahkan komoditas pertanian memang umum dilakukan, baik oleh petani ataupun oleh pedagang. Pemisahan itu dilakukan baik untuk memisahkan antara satu jenis dengan jenis lainnya atau pun memilah atau memisah-misahkan antara satu individu dengan individu lainnya dalam satu jenis yang sama. Makin jauh keinginan tingkat pemisahan yang dikehendaki, tentulah akan makin memerlukan ketelitian dan kecermatan yang tinggi pula (Wijandy, 2008). Kegiatan sortasi yang dilakukan bertujuan untuk memisahkan antara menir dengan sekam yang masih ada di beras setelah proses penggilingan alat yang digunakan untuk memisahkan beras dengan sekamnya yaitu dengan cara menampi beras. Sekam yang dihasilkan kemudian dijual ke peternak ayam seharga Rp 3,000 perliter. Adapun responden dari level pedagang besar yang melakukan kegiatan sortasi yaitu Bapak Muktar dan Dede Utama. Kegiatan sortasi yang mereka lakukan seperti menampi beras sebelum dipasarkan. Selain menghasilkan sekam proses sortasi juga menghasilkan menir, Menir merupakan salah satu hasil samping proses penggilingan beras selain sekam dan bekatul. Penampakan menir seperti halnya beras patah namun menir berukuran lebih kecil dari 0,2 bagian beras utuh (Kadarisman dalam Astuti, 2009) menir tersebut kemudian dijual ke pembuat tepun beras seharga Rp. 5,000 perliter, karna adanya aktivitas sortasi maka

menyebabkan volume beras berkurang. Berikut faktor yang mempengaruhi selisih volume penjualan dengan volume pembelian dapat di lihat pada Tabel 1:

Tabel 1  
Faktor-Faktor Penyebab Selisih Volume Penjualan dan Pembelian Beras di Pasar Tradisional Terong Kota Makassar.

No	Uraian	Jumlah (kg)	Persentase (%)
1	Sortasi		
	• Menir	26	0.03%
	• Sekam	10	0.01%
2	Konsumsi	75	0.07%

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa aktivitas rantai nilai mengakibatkan adanya selisih antara volume pembelian dan penjualan yang dimana jumlah volume berkurang karena aktivitas sortasi, aktivitas sortasi yang dilakukan akan menghasilkan menir dan sekam jumlah menir yang dihasilkan dari ke 3 responden yang melakukan aktivitas ini yaitu sebesar 26 dengan persentase 0.03% sedangkan hasil sekam yang diperoleh yaitu sebesar 10 dengan persentase sebesar 0.01%. Hal ini disebabkan menurut salah satu responden pedagang besar yang bernama bapak Muktar mengatakan bahwa adanya pengurangan volume penjualan karena disebabkan adanya kegiatan sortasi seperti menampi beras sehingga jumlah volume berkurang sekitar 2 kg. berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada responden yang melakukan aktivitas sortasi ini mengatakan bahwa biasanya hasil sortasi yang dihasilkan berupa menir dan sekam kemudian dijual untuk menir sendiri biasanya dijual pada industri pembuatan tepung seharga Rp.5000 perlier sedangkan untuk sekam dijual di peternak ayam untuk makanan ayam seharga Rp.3000

Selain karena adanya aktivitas sortasi factor lain yang mengakibatkan adanya selisih antara volume pembelian dan penjualan karena berdasarkan wawancara yang dilakukan pada pedagang besar yaitu Dede Utama dan Salauddin mengatakan bahwa hal ini dikarenakan selain melakukan kegiatan penjualan responden juga mengkonsumsi bersama dengan anggota keluarganya sehingga memiliki perbedaan jumlah volume. Hal ini dapat dilihat pada lampiran 9 volume beras pedagang besar di pasar Tradisional Terong Kota Makassar.

Kegiatan sortasi dilakukan setiap hari yang dimulai dari jam 08.00-16.30 dengan standarisasi kebersihan beras dan bentuk beras yang akan dipasarkan. Lokasi untuk melakukan kegiatan sortasi seperti menampi beras dilakukan di tempat yang cukup jauh dari lingkungan masyarakat karena aktivitas menampi beras memiliki debu dari beras tersebut sehingga perlu dilakukan sortasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Webb (Annissa, 2007) mengenai mutu beras dapat dikategorikan dalam empat yaitu mutu fisik, mutu tanak, mutu gizi dan standar penampakan dan kemurnian, semua kategori mutu tersebut memegang peranan penting dalam penerapan kriteria mutu beras yang sesuai dengan penggunaannya.

Selain melakukan kegiatan sortasi pedagang besar juga melakukan kegiatan pengemasan sebelum melakukan proses pemasaran, pengemasan merupakan kegiatan mewadahi dan/atau membungkus produk dengan memakai

media/bahan tertentu untuk melindungi produk dari gangguan faktor luar yang dapat mempengaruhi daya simpan. Bahan kemasan gabah dapat berasal dari wadah berbahan kertas, karung plastik, karung goni, dll. (Fahroji, 2014). Aktivitas pengemasan yang dilakukan oleh salah satu responden pedagang besar seperti Muktar, Zainal, dan Dede utama mengatakan bahwa beras yang mereka pasarkan terlebih dahulu melakukan proses pengemasan, yang awalnya mereka membeli dalam bentuk karung yang berjumlah 50 Kg dan kemudian dikemas menjadi 25 Kg maupun 5 Kg Hal ini sesuai dengan pendapat Handayani (2013) dalam penelitiannya yang mengatakan mengenai rata-rata beras dikemas dengan cukup baik yaitu dalam karung plastik berukuran 25 kg atau kantong plastik transparan berukuran 5 kg. Kemasan yang layak mendukung beras dalam kondisi ruang penyimpanan dan suhu yang dapat mengganggu sensitifitas produk. Proses pengemasan yang dilakukan selama beberapa hari.

Selain itu menurut bapak Muktar mengatakan bahwa beras yang dalam kemasan dapat mencegah adanya serangga disekitar beras dan mencegah kerusakan pada beras, hal ini sesuai dengan BPTP (2014) mengenai kemasan dapat membantu mencegah, mengurangi kerusakan, melindungi bahan yang ada di dalamnya. Kemasan plastik memiliki fungsi pasif melindungi produk yang dikemas terhadap kerusakan yang disebabkan faktor eksternal terkait dengan penanganan, bantingan dan serangan mikro dan makroorganisme (seperti serangga).

### c. Pengiriman Barang

Saluran pemasaran pada pedagang besar yaitu konsumen akhir dan pedagang pengecer. Selain menerima konsumen secara langsung yang mendatangi tempat penjualan beras, pedagang besar juga menerima pesanan melalui telepon untuk memudahkan konsumen akhir maupun pedagang pengecer untuk membeli beras adapun jenis beras yang dijual yaitu beras kepala dalam satuan kg.

Setelah melakukan berbagai aktivitas untuk menambah nilai jual seperti kegiatan sortasi dan pengemasan, pedagang besar selanjutnya melakukan aktivitas penjualan untuk menghasilkan keuntungan. Kegiatan penjualan yang dilakukan oleh pedagang besar biasanya berhubungan langsung pada pedagang pengecer maupun konsumen akhir.

## **Margin Pemasaran**

Analisis margin pemasaran digunakan untuk menganalisis system pemasaran secara ekonomi, yaitu menganalisis pemasaran produk mulai dari petani produsen sampai di tangan konsumen akhir. Margin pemasaran juga dapat digunakan untuk mengkaji sebaran harga yang dibayarkan konsumen akhir sampai kepada petani. Konsep margin pemasaran digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran baik efisiensi operasional maupun efisiensi harga, (Hanafiah dan Saefudin dalam Prihartono, 2018). Berikut merupakan margin pemasaran dari pedagang besar dan pedagang pengecer beras di pasar Tradisional Terong Kota Makassar.

Tabel 2  
Margin Pemasaran Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer di Pasar Tradisional  
Terong Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan

No	Uraian	Harga	
		Pedagang Pengecer (Rp/kg)	Pedagang Besar (Rp/kg)
1	Harga Beli	10,000.00	9,200.00
2	Harga Jual	11,426.00	10,067,97
3	Margin	1,705.00	867.96
4	Total Biaya	13.31	83.98
5	Keuntungan	1,691.30	783.98

Tabel 2 menunjukkan adanya perbedaan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dan pedagang besar dimana pada pedagang besar lebih besar mengeluarkan biaya untuk proses pemasaran beras dibandingkan dengan pedagang pengecer hal ini dikarenakan pada level pedagang besar mengeluarkan biaya kemasan, biaya tenaga kerja dan biaya iuran dengan total biaya sebesar Rp. 83.98/kg dengan total keuntungan sebesar Rp. 783.98 perkg sedangkan pada pedagang pengecer hanya mengeluarkan biaya transportasi dalam menunjang kegiatan penjualan adapun total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 13.31 kg untuk hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran 7 dan lampiran 8 mengenai total biaya pedagang beras di pasar Tradisional Terong Kota Makassar. Sehingga jumlah margin pemasaran antara pedagang pengecer lebih tinggi yaitu sebesar

Tabel 7 menunjukkan margin pemasaran oleh pedagang pengecer dan pedagang besar di pasar tradisional Terong Kota Makassar. Adapun margin pemasaran dari pedagang besar yaitu sebesar Rp. 867.96 perkg sedangkan margin pemasaran dari pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 1,705 perkg. Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa total margin pemasaran tertinggi yaitu pada level pedagang pengecer dibandingkan pedagang besar

#### 4. Kesimpulan

Pedagang besar melakukan serangkaian kegiatan sebelum melakukan penjualan seperti kegiatan konseptual dan penyedia input, produksi dan penyaluran ke konsumen akhir. aktifitas pada tahap konseptual dan penyedia input yaitu seperti memastikan jumlah stok beras, dan menghubungi pemasok beras. Tahap produksi seperti kegiatan sortasi dan pengemasan. Dan tahap penyaluran produk ke konsumen akhir yaitu proses penjualan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang pengecer tidak melakukan serangkaian kegiatan sebelum melakukan penjualan, pada level pedagang beras hanya melakukan aktivitas penjualan

Margin pemasaran dari pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 1,705 perkg sedangkan margin pemasaran pada level pedagang besar yaitu sebesar Rp. 867.96 perkg.

## **Daftar Pustaka**

- Ariyono, Ardie. 2011. Analisis Pendapatan Usahatani Padi Dan Sistem Pemasaran Beras Di Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor.
- Mangifera, Liana. 2015. Analisis Rantai Nilai( Value Chain )Pada Produk Batik Tulis Di Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Asmarantaka, Winandi. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). PT Penerbit IPB Press. Bogor
- Sulaiman Fahmi. 2015. Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan Menggunakan Metode Eqq Pada UD. Adi Mabel. Politeknik LP31. Medan
- Wijandi, Soesarsono. 2008 Penanganan dan Pengolahan Sereal dan Palawija
- Fahroji, 2014. Pasca Panen. Kementerian Pertanian. Riau
- Handyani, Alfiana, 2013. Evaluasi Mutu Beras Dan Tingkat Kesesuaian Penanganannya (Studi Kasus Di Kabupaten Karanganyar). Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Jawa Tengah.
- Prihartono, Bagus. 2018. Analisis Pemasaran Produk Agribisnis Ubi Kayu Di Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Institut Pertanian Bogor. Bogor.