

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BERAS HITAM DI KABUPATEN
KARANGANYAR
THE EFFICIENCY ANALYSIS OF BLACK RICE MARKETING IN
KARANGANYAR REGENCY**

Niken Diah Ayu Saputri¹, Setyowati², RR. Aulia Qonita³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jl. Ir. Sutami No.36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457

Email : nikennidya95@gmail.com

Abstract: The aim of this research were to analyze the revenue, cost and income of black rice paddy farming, knowing black rice marketing channels and the marketing agencies function. To analyze cost, profit and marketing margin of black rice and also to analyze the efficiency level of the marketing of their black rice marketing channels in Karanganyar regency. The basic method of this research was descriptive analytic method. Location of this research was determined by purposive sampling in Karanganyar regency. The producer sample was taking by census method amount 24 farmers, while trader sample by snow ball sampling. Data used in the study were primary and secondary data. Data collected by observation, interview and record keeping. The result showed that black rice paddy farming in Karanganyar regency obtain the average revenue of IDR 6,235,212.46; the average cost of IDR 4,066,222.78 and the average income of IDR 2,168,989.68. There were four types of black rice marketing channels in Karanganyar Regency. Channel I is Farmer → Consumers, Channel II is Farmer → out of town Consumers, Channel III is Farmer → Collector Merchants → Consumers and Channel IV is Farmer → Collector Merchants → Wholesalers Merchants → Consumers. From each channel, the highest total marketing cost was channel IV and the lowest cost was channel III. Viewed from the economical efficiency of the four channels in Karanganyar Regency, Channel III is the most efficient marketing channel for black rice because it have the lowest marketing margin IDR 2,266.88/kg and the highest Farmer's Share 84,19%.

Keywords : black rice, cost, margin, profit and marketing efficiency

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya, penerimaan dan pendapatan usahatani beras hitam, saluran pemasaran dan fungsi lembaga pemasaran beras hitam di Kabupaten Karanganyar. Mengkaji besar biaya, keuntungan dan marjin pemasaran serta tingkat efisiensi ekonomi dari masing-masing saluran pemasaran beras hitam di Kabupaten Karanganyar. Metode dasar penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Daerah penelitian diambil secara sengaja (*purposive*) yaitu Kabupaten Karanganyar. Metode pengambilan sampel petani dengan metode sensus yaitu 24 petani sedangkan sampel pedagang secara *snowball sampling*. Data yang diambil baik berupa data primer dan data sekunder dengan teknik wawancara, pencatatan dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besar biaya usahatani beras hitam per musim tanam adalah Rp. 4.066.222,78; penerimaan Rp. 6.235.212,46 dan pendapatan Rp. 2.168.989,68. Terdapat empat tipe saluran pemasaran beras hitam di Kabupaten Karanganyar yaitu, saluran I: Petani → Kosumen, saluran II: Petani → Konsumen Luar Kota, saluran III: Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen Luar Kota, saluran IV: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen Luar Kota. Dilihat dari efisiensi secara ekonomis dari keempat saluran yang ada di Kabupaten Karanganyar maka saluran III adalah saluran pemasaran beras hitam yang paling efisien karena memiliki marjin pemasaran terkecil yaitu Rp. 2.266,88 per kg dan memiliki nilai *Farmer's Share* tertinggi yaitu 84,19%.

Kata kunci: Beras Hitam, Biaya, Marjin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas masyarakatnya mengkonsumsi beras sebagai makanan pokoknya. Saat ini rata-rata konsumsi beras di Indonesia merupakan konsumsi tertinggi di dunia yaitu mencapai 130 kg per kapita per tahun atau dua kali lipat rata-rata konsumsi dunia yang hanya 60 kg per kapita per tahun (Hassan, 2014:11). Beras hitam merupakan salah satu jenis beras organik yang kini mulai diminati selain beras merah dan beras putih. Beras hitam (*Oryza sativa L. Indica*) mengandung pigmen antosianin yang tinggi pada lapisan aleuron dan bulir berasnya sehingga berwarna ungu pekat. Beras hitam juga mengandung serat 20% lebih besar dari beras putih, protein yang lebih tinggi serta karbohidrat yang lebih rendah (Purwasasmita, 2014:9). Beras hitam berkhasiat meningkatkan daya tahan tubuh terhadap penyakit, memperbaiki kerusakan sel hati (hepatitis dan *chirosis*), mencegah gangguan fungsi ginjal, mencegah kanker/tumor, memperlambat penuaan, sebagai antioksidan, membersihkan kolesterol dalam darah, dan mencegah anemia (Suardi, 2009:10).

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi produk organik bagi kesehatan menyebabkan permintaan produk organik di dalam dan luar negeri semakin meningkat. Beras organik menjadi salah satu komoditas ekspor dengan pasar sasaran yang terbesar yaitu USA, Jerman dan Malaysia. Total ekspor beras organik di USA, Jerman dan Malaysia pada tahun 2013 secara berturut-turut yaitu 80 ton, 65 ton dan 30 ton (David, 2017:333). Berdasarkan penelitian Sulistyana (2014:29) Konsumsi beras organik skala rumah tangga di Yogyakarta adalah sebesar 21-40 kg per bulan dengan jumlah anggota keluarga 5-7 orang. Indonesia merupakan negara ketiga penghasil beras hitam tertinggi di dunia yaitu sebesar 7,2%. Negara penghasil beras hitam tertinggi ialah China sebesar 62%, kemudian diposisi kedua Sri Lanka

sebesar 8,6% (Chaudary, 2003:35). Hal ini juga dapat dilihat dari luas areal pertanian padi organik yang telah di sertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Organik Indonesia pada tahun 2013 yaitu 596 Ha (Anonim, 2014). Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu daerah yang termasuk dalam wilayah Provinsi Jawa Tengah yang potensial untuk mengembangkan sentra beras organik. Kabupaten Karanganyar pada tahun 2016 memiliki luas lahan komoditas padi organik sebesar 240 Ha yang tersebar di Ngargoyoso, Tawangmangu, Karangpandan, Matesih dan Mojogedang. Jumlah kelompok tani padi organik sebanyak 12 kelompok dan 80 hektar lahannya sudah bersertifikat SNI. Total produksi beras hitam pada tahun 2015 sebesar 701 ton. Harga beras hitam lebih mahal dibanding dengan harga beras putih. Harga beras hitam pada tahun 2015 di tingkat petani berkisar Rp. 13.000,00/kg hingga Rp. 17.000,00/kg, sedangkan harga beras hitam yang telah dikemas per kilogram berkisar antara Rp. 35.000 sampai Rp. 40.000,00 (Dinas Pertanian Unit Tanaman Pangan dan Hortikultura Karanganyar, 2016). Berdasarkan uraian diketahui bahwa produksi beras hitam di Kabupaten Karanganyar berpotensi terus meningkat dengan penambahan luas tanam tiap tahunnya. Meningkatnya produksi akan berpengaruh pada pemasaran beras hitam seperti saluran yang terbentuk, biaya, margin dan tingkat efisiensinya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya, penerimaan dan pendapatan usahatani beras hitam, saluran pemasaran beras hitam dan fungsi lembaga-lembaga pemasaran beras hitam di Kabupaten Karanganyar. Serta mengkaji besar biaya, keuntungan dan margin pemasaran beras hitam di Kabupaten Karanganyar, dan mengkaji tingkat efisiensi ekonomi dari masing-masing saluran pemasaran beras hitam di Kabupaten Karanganyar.

METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitik. Menurut Surakhmad (2004:140) metode deskriptif analitik merupakan metode yang memusatkan perhatian pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang.

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja di 3 kecamatan di Kabupaten Karanganyar yang merupakan daerah sentra produksi padi hitam organik yaitu kecamatan Karangpandan, Mojogedang dan Matesih. Setelah dilakukan penelitian dengan metode sensus maka ditemukan 24 petani padi hitam organik yang tergabung dalam kelompok tani yang telah bersertifikat SNI. Menurut Susanto (2006:113), jika dalam suatu penelitian jumlah populasinya relatif kecil (< 30 orang) maka seluruh populasi dijadikan sebagai sumber data atau anggota sampelnya sama dengan anggota populasinya. Responden lembaga pemasaran dalam penelitian ini adalah 2 pedagang pengumpul dan 1 pedagang besar yang ditentukan dengan metode *snowball sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara dan pencatatan.

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis saluran dan fungsi lembaga pemasaran adalah metode deskriptif. Menurut Suratiah (2015:79) besarnya biaya, penerimaan dan pendapatan usahatani padi beras hitam dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Biaya usahatani

$$B = Bp + Bp_{st} + Btk + Bbb + Bpa + Bp/s + Bs$$

Dimana B = biaya mengusahakan (Rp),
 Bp = biaya pupuk (Rp),
 Bp_{st} = biaya pestisida (Rp),
 Btk = biaya tenaga kerja (Rp),
 Bbb = biaya bahan bakar (Rp),
 Bpa = biaya penyusutan alat (Rp),

Bp/s = biaya pajak/sewa tanah (Rp),

Bs = biaya selamatan/syukuran (Rp)

2. Penerimaan usahatani

$$Pr = Y \times Py$$

Dimana Pr = Penerimaan total usahatani padi beras hitam (Rp/Ha/MT), Y = Kuantitas produksi usahatani padi beras hitam (Kg/Ha/MT), Py = Harga produksi usahatani padi beras hitam (Rp/Kg).

3. Pendapatan usahatani

Pb = Pr - B dimana Pb adalah pendapatan bersih usahatani (Rp), Pr adalah penerimaan total usahatani (Rp) dan B adalah biaya mengusahakan (Rp).

Menurut Handayani (2015:5) biaya, keuntungan dan margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

1. Biaya pemasaran

$$Bp = Bp_1 + Bp_2 + Bp_3 + \dots + Bp_n \dots (1)$$

Dimana : Bp = Biaya pemasaran;
 Bp_{1,2,3...n} = Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran; 1,2,3...n = Jumlah lembaga.

2. Keuntungan pemasaran

$$Kp = Kp_1 + Kp_2 + Kp_3 + \dots + Kp_n \dots (2)$$

3. Margin pemasaran

$$M = Pr - Pf \dots \dots \dots (3)$$

Dimana : M = Margin; Pr = Harga di tingkat konsumen; Pf = Harga di tingkat Produsen.

$$M = Bp + Kp \dots \dots \dots (4)$$

Dimana : M = Margin; Bp = Biaya pemasaran; Kp = Keuntungan pemasaran.

Menurut Menurut Haryanti (2015:49) besarnya bagian harga yang diterima petani (*Farmer's Share*) dari konsumen dihitung dengan model sebagai berikut :

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana : Pf = Harga ditingkat petani /nelayan (Rp/kg), Pr = Harga di tingkat pedagang konsumen (Rp/Kg), Fs = Bagian Harga yang diterima petani (%). Bila *farmer's Share* < 50% maka pemasaran belum efisien dan jika *farmer share* > 50% maka pemasaran tersebut efisien.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum

Kabupaten Karanganyar secara geografis terletak antara 110°40" – 110° 70" BT dan 7° 28" – 7°46" LS. Ketinggian rata-rata 511 m di atas permukaan laut serta beriklim tropis dengan temperatur 22o – 31o C. Luas wilayah Kabupaten Karanganyar adalah 77.378,64 Ha yang terdiri dari luas tanah sawah 22.340,45 Ha dan luas tanah kering 55.038,19 Ha. Lahan basah di Kabupaten Karanganyar, sebagian besar sawahnya adalah sawah irigasi yaitu seluas 19.212,51 Ha atau 27,04 persen. Jumlah penduduk di Kabupaten Karanganyar berdasarkan data pada tahun 2015 sebanyak 856.198 jiwa, terdiri dari laki-laki 423.518 jiwa dan perempuan 432.680 jiwa. Rasio beban tanggungan sebesar 47 yang berarti bahwa tiap 100 orang kelompok penduduk produktif harus menanggung 47 kelompok yang tidak produktif. Angka sex ratio sebesar 97,88 artinya setiap 100 penduduk perempuan di Kabupaten Karanganyar terdapat 98 penduduk laki-laki.

Karakteristik dan Budidaya Padi Hitam Organik

Padi hitam organik adalah padi hitam yang dihasilkan melalui proses budidaya organik tanpa menggunakan pupuk dan pestisida kimia sintesis mulai dari persiapan lahan sampai dengan panen. Tahapan budidaya padi hitam organik sama saja dengan padi putih, yang membedakan adalah umur tanam nya yang lebih panjang 10-15 hari. Padi hitam organik yang diproduksi di Kabupaten Karanganyar mengacu pada standar organik Indonesia yang disertikasi oleh lembaga sertifikasi pangan organik yang

bernama Lembaga Sertifikasi Organik LESOS. Karakteristik padi beras hitam umumnya memiliki usia yang panjang yakni 100-120 hst, bentuk tanaman yang tinggi sekitar 130-140 cm, jumlah bulir per malai 120-150, nasi agak bulat, pulen, kenyal dan wangi. Usahatani padi beras hitam di Kabupaten Karanganyar dikategorikan usahatani yang efisien berdasarkan nilai *R/C Ratio* rata – rata sebesar 2,84. (Putra, 2016:48).

Karakteristik Petani Responden

Tabel 1. Karakteristik Petani Responden Usahatani Padi Hitam

No	Uraian	Rata-rata
1.	Rata-rata umur responden (tahun)	51,96
2.	Tingkat pendidikan responden	SD/ 8,25 th
3.	Rata-rata jumlah anggota keluarga (orang)	5
4.	Rata-rata pengalaman usahatani padi hitam (tahun)	3,45
5.	Rata-rata luas lahan (ha)	0,21

Sumber : Analisis data primer, 2017

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa rata-rata umur petani adalah 51,96 th yang masih tergolong dalam usia produktif. Rata-rata tingkat pendidikannya cukup rendah yaitu tamatan SD atau sekitar 8,25 th, dengan rata-rata jumlah anggota keluarga 5 orang. Rata-rata pengalaman mengusahakan padi hitam adalah 3,45 dengan rata-rata luas lahan 0,21 Ha.

Analisis Usahatani Padi Hitam Organik

a. Biaya mengusahakan padi hitam

Berikut adalah komponen biaya yang dikeluarkan dalam usahatani padi hitam.

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Mengusahakan Usahatani Padi Beras Hitam Musim Tanam Maret – Juni 2017 di Kabupaten Karanganyar

No	Jenis Biaya	Kebutuhan per UT (0,21 Ha)	Biaya per UT (0,21 Ha)
1	Biaya alat luar		
	a. Sarana Produksi		204.970
	1) Benih (kg)	9,68	63.437
	2) Pupuk Kandang (kg)	929,16	117.708
	3) Pupuk Organik Cair (lt)	2,50	6.450
	4) Pupuk Petroganik (kg)	8,30	16.667
	5) Pestisida Nabati (lt)	0,30	708
	b. Tenaga Kerja Luar (HKP)		799.825
	1) Penyemaian	0	0
	2) Pengolahan Lahan	4,54	272.500
	3) Pemupukan	0,83	50.000
	4) Penanaman	4,33	259.500
	5) Pengairan	0	0
	6) Penyiangan	1,31	78.600
	7) Pengendalian hama penyakit	0,04	2500
	8) Panen	1,08	65.000
	9) Penjemuran	1,20	71.725
	c. Biaya Lain-lain		2.380.026,95
	1) Pajak Tanah		12.713,89
	2) Sewa Traktor		269.583,33
	3) Sewa Thresher		320.833,33
	4) Irigasi		23.100,00
	5) Pengangkutan		18.333,33
	6) Penggilingan		271.903,84
	7) Penyusutan Alat		50.785,03
	8) Penyusutan rendemen GKP ke Beras PK		1.412.774,07
2	Tenaga Kerja Dalam (HKP)		681.400
	1) Penyemaian	1	60.000,00
	2) Pengolahan Lahan	1,54	92.500,00
	3) Pemupukan	1,67	100.000,00
	4) Penanaman	0	0
	5) Pengairan	1,04	62.500,00
	6) Penyiangan	2,23	133.525,00
	7) Pengendalian hama penyakit	0,29	17.500,00
	8) Panen	1,42	85.050,00
	9) Penjemuran	2,17	130.325,00
	Total Biaya Mengusahakan		4.066.222,78

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Berdasarkan Tabel 2 komponen biaya yang paling tinggi adalah biaya lain-lain sebesar Rp. 2.380.026,95. Kemudian diikuti biaya tenaga kerja luar sebesar Rp. 799.285,00. Biaya lain-lain yang cukup

tinggi adalah sewa thresher dan traktor. Hal ini karena dengan penggunaan alat-alat tersebut proses budidaya jadi lebih efektif. Selain itu karena perubahan bentuk dari gabah ke beras terdapat biaya penyusutan

rendemen. Komponen biaya tenaga kerja luar sedikit lebih besar dibandingkan tenaga kerja dalam. Penggunaan tenaga kerja luar paling besar adalah dalam kegiatan pengolahan lahan dan penanaman, sedangkan penggunaan tenaga kerja dalam paling besar adalah pada kegiatan penyiangan dan penjemuran. Kemudian biaya sarana produksi seperti benih dan pupuk relatif kecil karena dihasilkan sendiri oleh petani, misalnya pupuknya berasal dari kotoran ternak dan benih dari hasil panen sebelumnya yang telah diseleksi.

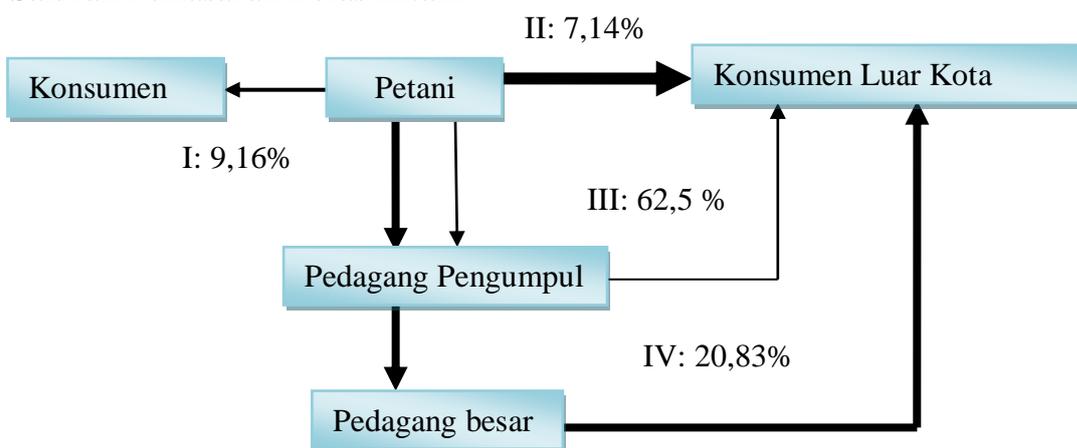
b. Produksi, Penerimaan dan Pendapatan

Rata-rata produksi, penerimaan dan pendapatan pada usahatani padi hitam organik dapat dilihat dari Tabel 8. Tabel 3. Rata-rata Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Usahatani Padi Beras Hitam Musim Tanam Maret – Juni 2017 di Kabupaten Karanganyar

No	Uraian	Per UT
1	Produksi (kg)	487,41
2	Harga Beras Hitam PK (Rp/kg)	12.500,00
3	Penerimaan (Rp)	6.235.212,46
4	Biaya Mengusahakan	4.066.222,78
5	Pendapatan	2.168.989,68

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Saluran Pemasaran Beras Hitam



Gambar 1. Saluran Pemasaran Beras Hitam Organik di Kabupaten Karanganyar

Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa terdapat 4 saluran beras hitam organik di Kabupaten Karanganyar yaitu 1) Petani → Konsumen (2) Petani → Konsumen Luar Kota; (3) Petani →

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa produksi beras hitam per musim tanam per usahatani dengan luas 0,21 Ha adalah 487,41 kg dengan harga Rp 12.500,00 per kg maka penerimaan usahatani beras hitam adalah Rp. 6.235.212,46. Biaya mengusahakan adalah sebesar Rp 4.066.222,78 sehingga pendapatan usahatani beras hitam adalah Rp 2.168.989,68.

Identitas Lembaga Pemasaran

Tabel 4. Identitas Lembaga Pemasaran Beras Hitam di Kabupaten Karanganyar

No	Lembaga Pemasaran	Umur (Th)	Pen didikan	Lama Berusaha (Tahun)
1.	Pedagang	46	SMA	6
	Pengumpul	44	D 2	8
2.	Pedagang Besar	29	S2	2

Sumber : Analisis data primer, 2017

Terdapat 3 lembaga pemasaran yaitu 2 pedagang pengumpul dan 1 pedagang besar dengan tingkat pendidikan yang cukup tinggi yaitu SMA dan perguruan tinggi serta pengalaman memasarkan beras hitam, hal ini dapat membantu mereka dalam penyerapan informasi dan teknologi serta dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemasaran beras hitam.

sebesar 62,5%, hal ini dikarenakan skala produksi petani kecil dan petani tidak memiliki modal yang kuat untuk melakukan pemasaran langsung selain itu lokasi konsumen yang jauh dari lokasi produsen beras hitam, sehingga pemasaran langsung kurang menguntungkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2001:7) produsen menggunakan perantara dalam penyaluran produknya karena dapat meningkatkan efisiensi dalam penyediaan barang untuk pasar sasaran. Hal ini dikarenakan perantara dapat mengurangi jumlah pekerjaan yang harus dilakukan produsen.

.Peran dan Fungsi Lembaga Pemasaran

maupun konsumen. Hal ini sesuai pula dengan penelitian Abdullah (2015:228) 90% petani reponden memilih menjual gabah hasil panen kepada pengumpul lokal karena keterbatasan penyimpanan, biaya pengangkutan yang tinggi, kebutuhan untuk mendapatkan uang lebih cepat dan pengumpul tersebut mampu memberikan kredit untuk pemenuhan kebutuhan input bagi petani. Dalam saluran pemasaran III perantara berperan dalam pengolahan dan pengangkutan sehingga produsen tidak melakukan fungsi pengolahan (sortasi, pengemasan) dan konsumen tidak perlu jauh-jauh mendatangi produsen.

Tabel 5. Peran dan Fungsi Lembaga Pemasaran Beras Hitam Organik di Kabupaten Karanganyar.

Saluran dan lembaga pemasaran	Fungsi-fungsi Pemasaran							
	Pertukaran		Fisik		Fasilitas			
	Jual	Beli	Angkut	Kemas	Sortasi	Resiko	Biaya	Informasi
Saluran I								
a. Petani	√	-	√	√	√	√	√	√
b. Konsumen	-	√	-	-	-	-	-	-
Saluran II								
a. Petani	√	-	-	√	√	√	√	√
b. Konsumen luar kota	-	√	-	-	-	-	-	-
Saluran III								
a. Petani	√	-	-	√	-	-	-	-
b. Pedagang pengumpul	√	√	√	√	√	√	√	√
c. Konsumen luar kota	√	√	-	-	-	-	-	-
Saluran IV								
a. Petani	√	-	-	√	-	-	-	-
b. Pedagang pengumpul	√	√	√	√	√	√	√	√
c. Pedagang besar	√	√	√	√	√	√	√	√
d. Konsumen luar kota	-	√	-	-	-	-	-	-

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Setiap lembaga pemasaran beras hitam melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa setiap lembaga pemasaran di masing-masing saluran baik petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar melakukan fungsi pertukaran (penjualan dan

pembelian), fungsi fisik (pengolahan) dan fungsi fasilitas (pembiayaan, informasi pasar). Pada saluran 1 dan 2 karena petani melakukan pemasaran langsung maka petani lebih banyak melakukan fungsi-fungsi pemasaran seperti fisik berupa pengemasan dan pengangkutan. Sedangkan

pada saluran 3 dan 4 fungsi pengemasan, pengangkutan, sortasi, dan resiko

dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pedagang besar.

Biaya, Marjin dan Keuntungan Pemasaran Beras Hitam Organik

Tabel 6. Rata-Rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Beras Hitam PK di Kabupaten Karanganyar Pada Saluran Pemasaran IV

Unsur marjin	Saluran I		Saluran II		Saluran III		Saluran IV	
	Rp	%	Rp	%	Rp	%	Rp	%
1. Petani								
a. Biaya produksi	8.340,85	58,5	8.373,35	60,2	8.720,30	60,4	8.494,6	40,5
b. Biaya pemasaran	1.627,50	11,4	1.112,34	8,0	61,33	0,4	61,5	0,3
c. Keuntungan	4.281,65	30,0	4.414,11	31,8	3.285,03	22,9	3.643,94	17,4
d. Harga jual	14.250,00	100	13.900,00	100	12.066,67	84,2	12.200,00	58,1
2. Pedagang pengumpul								
a. Harga beli					12.066,67	84,2	12.200,00	58,1
b. Biaya pemasaran					879,16	6,1	800,00	3,8
c. Keuntungan					1.387,50	9,7	2.400,00	11,4
d. Harga jual					14.333,00	100	15.400,00	73,3
e. Marjin					2.266,66	15,8	3.200,00	15,2
3. Pedagang besar								
a. Harga beli							15.400,00	73,3
b. Biaya pemasaran							3.772,00	17,9
c. Keuntungan							1.828,00	8,7
d. Harga jual							21.000,00	100
e. Marjin							5.600,00	26,7
4. Konsumen								
a. Harga beli	14.250,00	100						
5. Konsumen luar kota								
a. Harga beli			13.900,00	100	14.333,00	100	21.000,00	100
Total biaya pemasaran	1.627,50	11,4	1.112,34	8,0	879,16	6,1	4.572,00	21,7
Total keuntungan	4.281,65	30,0	4.414,11	31,8	1.387,50	9,7	4.228,00	20,1
Total marjin	5.909,15	41,5	5.526,45	39,8	2.266,66	15,8	8.800,00	41,9

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Efisiensi Ekonomi Saluran Pemasaran Beras Hitam Organik

Tabel 7. Perbandingan Total Biaya, Keuntungan, Total Marjin dan *Farmer's Share* Tiap Saluran Pemasaran Beras Hitam Organik di Kabupaten Karanganyar.

No	Uraian	Saluran Pemasaran			
		I	II	III	IV
1	Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)	1.662,50	1.108,71	877,00	4.567,00
2	Total Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)	4.683,50	3.943,00	1.455,00	4.433,00
3	Total Marjin Pemasaran	6.346,00	5.051,71	2.333,00	9.000,00
4	Presentase Marjin Pemasaran (%)	39,66	34,44	16,28	42,86
5	<i>Farmer's Share</i> (%)	60,34	65,56	83,72	57,14

Sumber : Analisis Data Primer, 2017

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa harga jual beras hitam di tingkat petani berbeda-beda. Harga tertinggi adalah pada saluran 2 sebesar Rp. 14.250,00. Saluran yang paling panjang adalah saluran 4 yang melibatkan pedagang pengumpul dan pedagang besar

sehingga memiliki marjin terbesar yaitu Rp. 8.800,00. Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa biaya pemasaran terendah adalah saluran III. Berdasarkan nilai *farmer's share* keempat saluran sudah efisien karena nilai *farmer's share* lebih dari 50%, namun saluran pemasaran yang

paling efisien adalah saluran III dengan nilai margin terkecil yaitu Rp 2.266,66 dan nilai *farmer share* paling besar yaitu 84,19%. Biaya pemasaran pada saluran III juga paling kecil diantara saluran lainnya yaitu Rp. 877,00. Pada penelitian ini 62,5% petani memilih menggunakan saluran pemasaran III. Hal ini dikarenakan dengan penjualan kepada pedagang pengumpul petani dapat mengurangi jumlah pekerjaan yang harus dilakukan untuk memasarkan beras hitam, misalnya kegiatan sortasi dan pengemasan serta pengiriman beras hitam kepada konsumen. Disamping itu pemasaran beras hitam masih terbatas dan sebagian besar konsumen beras hitam organik berada di luar Kabupaten Karanganyar seperti Soloraya, Jateng, DIY dan daerah Jabodetabek yang jauh dari jangkauan petani. Hal ini disampaikan pula oleh Hiam dan Charles (1994:383) bahwa tidak selamanya saluran yang pendek biaya pemasarannya rendah. Hal ini dikarenakan perantara adalah spesialis yang melakukan fungsi- fungsi distribusi secara lebih efisien dan efektif daripada yang mampu dilakukan produsen. Pada saluran yang pendek produsen dituntut mampu melakukan banyak fungsi dan investasi yang lebih besar. Saluran pemasaran I dan II sudah efisien karena mempunyai nilai *Farmer's share* lebih dari 50%, namun nilai *Farmer's share* kedua saluran ini masih lebih rendah dibandingkan saluran III meskipun memiliki saluran pemasaran langsung yang lebih pendek. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran saluran I dan II lebih tinggi sehingga komponen margin pemasarannya juga lebih besar. Selain itu keuntungan yang diambil petani juga lebih besar sehingga total margin pemasarannya lebih tinggi. Margin pemasaran yang lebih tinggi menandakan efisiensi yang lebih rendah. Hal ini serupa dengan penelitian Anggraeni (2013:73) dimana pada saluran pemasaran langsung dari petani ke konsumen mempunyai nilai *farmer's share* 37,62% atau dapat diartikan tidak efisien secara ekonomis.

Saluran pemasaran yang paling rendah tingkat efisiensi ekonomisnya

saluran pemasaran IV selain nilai *farmer's share* nya paling rendah, saluran pemasaran ini juga memiliki rantai pemasaran yang paling panjang dibanding ketiga saluran yang lainnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2008:43), panjang pendeknya saluran pemasaran inilah yang akan menentukan efektif tidakkah suatu kegiatan pemasaran tersebut. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin rendah tingkat efisiensi ekonominya.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Hitam di Kabupaten Karanganyar maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Besar biaya usahatani beras hitam per musim tanam adalah Rp. 4.066.222,78; penerimaan Rp. 6.235.212,46 dan pendapatan Rp. 2.168.989,68.dalam setiap musim tanam per usahatani dengan luasan lahan 0,21 Ha.
2. Pola saluran pemasaran beras hitam organik yang terbentuk antara lain :
a)Petani→Konsumen;(b)Petani→Konsumen Luar Kota;(c)Petani→Pedagang Pengumpul → Konsumen Luar Kota;(d)Petani→Pedagang Pengumpul→Pedagang Besar→Konsumen Luar Kota
3. Terdapat 3 lembaga pemasaran yaitu petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar dalam pemasaran beras hitam organik. Lembaga pemasaran tersebut melaksanakan 3 fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (pengangkutan, pengolahan, sortasi dan pengemasan) serta fungsi fasilitas (penanggung resiko, pembiayaan, dan informasi pasar).
4. Besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan margin pemasaran pada saluran I, II, III dan IV adalah sebagai berikut :
a.Pada saluran pemasaran I total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 1.627,50 dengan total keuntungannya adalah Rp. 4.281,65 sehingga total margin pemasarannya adalah sebesar Rp. 5.909,05.

- b. Pada saluran pemasaran II total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 1.112,34 dengan total keuntungannya adalah Rp 4.414,11 sehingga total margin pemasarannya adalah sebesar Rp. 5.526,45.
- c. Pada saluran pemasaran III total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 879,16 dengan total keuntungannya adalah 1.387,50 sehingga margin pemasarannya adalah Rp. 2.266,66.
- d. Pada saluran pemasaran IV total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 4.572,00 dengan total keuntungannya adalah 4.228,00 sehingga margin pemasarannya adalah Rp. 8.800,00.
5. Ditinjau dari efisiensi ekonomis berdasarkan nilai *farmer's share*, saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran III dengan nilai *farmer's share* 84,19% dan margin pemasaran yang rendah yaitu Rp. 2.266,67.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Abdullah M, Jia L, Sidra G, Imran K, Mazhir N, Jaleel A 2015. Domestic Rice Marketing Structure and Marketing Margin in Pakistan. *Journal of Economics and Sustainable Development* 6(12):226-238.
- Anonim 2014. Potensi Pertanian Organik dan Pengembangan Beras Organik di Indonesia Tahun 2014. <http://www.agribis.net>. Diakses pada Kamis 23 November 2017 15.05.
- Angreni M 2014. Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Karangayar. *Skripsi*. Prodi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Chaudary RC 2003. Specialty Rices of the World : Effect of WTIO and IPR on it's Production Trend and Marketing. *J. Food Agric Environ* 19(2): 34-41.
- David W 2017. Organic Agriculture in Indonesia Challenges and Opportunities. *Journal Organic Agriculture* 7(3):329-338.
- Handayani S, Ivana N 2011. Analisis Pemasaran Susu Segar di Kabupaten Sragen. [http://eprints.uns.ac.id/12002/1/Publikasi_Jurnal_\(3\).pdf](http://eprints.uns.ac.id/12002/1/Publikasi_Jurnal_(3).pdf). Diakses pada Jum'at 10 Maret 2017 11.05.
- Haryanti D, Emmy SM, Rina M 2015. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Patin (*Pangasius* Sp) Di Cindai Alus Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Fish Scientiae* 5 (9):47-54.
- Hassan ZA 2014. Produksi, Mutu dan Keamanan Pangan Beras. *Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian* 36(3) :10-12.
- Hiam A, Charles D 1994. *The Portable MBA Pemasaran*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kotler P, Amstrong G 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 8 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Purwasasmita M, Sutaryat A 2014. *Padi SRI Organik Indonesia*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Putra AS, Nuning S, Susi WA 2016. Efisiensi Usahatani Padi Beras Hitam di Kabupaten Karanganyar. *SEPA* 13(1):48-52.
- Suardi D, Iman R 2009. Beras Hitam Pangan Berkhasiat yang Belum Populer. *Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian* 31(2): 9-10. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Bioteknologi dan Sumberdaya Genetik Pertanian.
- Sulistiyana P, Jangkung HM, Jamhari 2014. Konsumsi Beras Organik pada Tingkat Rumah Tangga di Kota Yogyakarta. *Agro Ekonomi* 24(1):23-34.
- Surakhmad W 2004. *Pengantar Penelitian Ilmiah : Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Suratayah K 2015. *Ilmu Usahatani: Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penebar Swadaya.

Niken Diah : Analisis Efisiensi Pemasaran....

Susanto 2006. *Metode Penelitian Sosial*.
Surakarta: LPP UNS dan UNS
Press.

Widhiastuti N, Harisudin M 2013. Saluran
dan Margin Pemasaran Jagung di
Kabupaten Grobogan. *Jurnal Sepa*
9(2):231-240.