

# ANALISIS RANTAI DISTRIBUSI KOMODITAS PADI DI KABUPATEN GROBOGAN

## DISTRIBUTION CHAIN ANALYSIS OF RICE COMMODITY IN GROBOGAN REGENCY

**Wiwin Widiastuti**

Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah

Provinsi Jawa Tengah

Email: wiwinwidi@gmail.com

Diterima: 2 April 2017, Direvisi: 27 April 2017, Disetujui: 30 Mei 2017

### ABSTRAK

*Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi pola distribusi komoditas padi, tingkat margin keuntungan yang diterima pada setiap tingkatan lembaga pemasaran komoditas padi, serta menganalisis kebijakan pemerintah dalam mendukung kelancaran distribusi komoditas strategis tersebut. Lokasi penelitian adalah Kabupaten Grobogan yang merupakan penghasil padi terbesar ketiga di Jawa Tengah. Unit analisis adalah petani serta pedagang perantara dari komoditas padi Kabupaten Grobogan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pola distribusi komoditas padi di kabupaten Grobogan ada tiga macam yaitu (1) petani - pedagang tengkulak - penggilingan padi - pedagang pengepul - pedagang pengecer - konsumen; (2) petani - pedagang tengkulak - penggilingan padi - pedagang pengecer - konsumen; (3) petani - penggilingan padi - pedagang pengepul - pedagang pengecer - konsumen. Ditemukan bahwa dengan pola distribusi yang ada para pelaku tata niaga beras dapat memperoleh keuntungan. Margin keuntungan dalam distribusi padi berturut-turut adalah pedagang tengkulak Rp. 150 per Kg, penggilingan padi Rp. 150 per Kg, pedagang pengepul Rp. 150 per Kg, pedagang pengecer Rp. 100 per Kg. Kebijakan Pemerintah Kabupaten Grobogan yang mendukung sistem pemasaran dan distribusi komoditas pertanian adalah inovasi aplikasi pemasaran berbasis on-line "Tani Niaga".*

*Kata kunci : pola distribusi, margin keuntungan, komoditas padi, pedagang perantara*

### ABSTRACT

*The aims of the reasearch were to identify the rice commodity distribution pattern, to identify the profit margin level of rice commodity and to analyse the government policy in suporting the distribution of rice commodity. Research location was in Grobogan Regency as the big third of rice producers in Central Java Province. The unit of analysis were paddy field farmer and the broker of rice commdity in Grobogan Regency. The research results showed that there were three patterns of rice commodity distribution,(1) farmer - merchant middleman - ricemills - merchant wholesellers - retailers - consumers; (2) farmer - merchant middleman - ricemill - retailers – consumers; and (3) farmer - ricemill - merchant wholesellers - retailers - consumers. With such existing distribution pattern, the actors of rice trade able to get their profits. The profit margin in rice distribution are merchant middleman (Rp 150/kg), rice mills (Rp 150/kg), merchant wholesellers (Rp150/kg) and retailer (Rp100/kg). Marketing innovation namely "Tani niaga" on-line base application was one of Grobogan regency government policy which supports farm commodity distribution and marketing system.*

*Keywords: distribution pattern, profit margin, rice commodity, broker of rice commodity*

## PENDAHULUAN

Harga sejumlah bahan pangan pokok seperti beras, jagung, daging sapi, daging ayam, dan sebagainya mengalami lonjakan pada awal tahun 2016. Salah satu penyebab tingginya harga pangan ini adalah, rantai pasokan yang terlalu panjang. Harga pangan tetap rendah di tingkat petani, namun melambung tinggi di tingkat konsumen. Dalam rantai pasokan komoditas pangan terdapat sesuatu yang salah, para pedagang perantara menikmati keuntungan yang besar.

Menurut Syahza (2003) disparitas harga yang terjadi antara gabah dan beras yang tinggi merupakan akibat dari panjangnya rantai distribusi komoditas pertanian. Keadaan ini menyebabkan besarnya biaya distribusi margin pemasaran yang tinggi, sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang. Kendatipun demikian, pada umumnya petani tidak terlibat dalam rantai distribusi produk, sehingga nilai tambah pengolahan dan perdagangan produk pertanian hanya dinikmati oleh pedagang. Hal ini cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang harus dibayarkan oleh konsumen. Pihak yang terlibat dalam pendistribusian adalah pedagang pengumpul, para penyalur, pedagang besar yang beroperasi di pusat-pusat pasar, dan akhirnya pengecer di daerah konsumsi itu sendiri yang berhadapan langsung dengan konsumen.

Secara umum, pendistribusian produk tanaman pangan selama ini dilakukan oleh pedagang besar, menengah, kecil dan operasi dalam rantai distribusi sesuai kemampuan dan lingkungannya. Rantai distribusi adalah rute dan status kepemilikan yang ditempuh suatu produk, ketika produk tersebut mengalir dari penyedia bahan mentah melalui produsen sampai konsumen akhir.

Pendistribusian komoditas padi dan beras tidak terlepas dari peranan

lembaga pemasaran dalam menyalurkan padi dan beras kepada konsumen. Masalah yang timbul adalah semakin banyak lembaga pemasaran maka harga yang diterima para petani padi sawah menjadi semakin rendah. Di sisi lain para konsumen harus membayar dengan harga yang cukup mahal. Perbedaan harga beli dan harga jual antara petani dan pelaku pemasaran menunjukkan adanya margin pemasaran antara petani dengan konsumen. Margin pemasaran yang semakin besar akan menyebabkan persentase bagian yang diterima petani akan semakin kecil.

Selain itu, petani padi sering menghadapi kendala distribusi, seperti: 1) kesinambungan produksi, 2) panjangnya rantai pemasaran, 3) kurang memadainya pasar, 4) kurang tersedianya informasi pasar, 5) rendahnya kemampuan tawar-menawar di saat panen raya, 6) berfluktuasinya harga, 7) rendahnya kualitas produksi, dan 8) rendahnya kualitas sumber daya manusia, sehingga petani sering mengalami penurunan harga dan pemasaran hasil panen padi yang didominasi oleh pedagang tengkulak.

Hasil studi awal yang dilakukan di Desa Kemloko dan Desa Ketangirejo yang merupakan salah satu daerah penghasil komoditas padi di Kecamatan Godong Kabupaten Grobogan, para petani dalam mendistribusikan hasil panennya menggunakan pedagang tengkulak. Dalam melaksanakan pembelian pedagang tengkulak menggunakan sistem tebasan yang mana penetapan harga ditentukan dengan tawar-menawar antara petani dan pedagang tengkulak. Kesepakatan harga yang terjadi sering kali membuat petani jatuh pada harga yang ditetapkan oleh pedagang tengkulak karena lemahnya posisi tawar petani pada saat panen raya. Dengan kondisi demikian petani harus mengikuti mekanisme pasar, sehingga dalam hal ini petani hanya berperan sebagai penerima harga.

## METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis. Penelitian dilakukan bulan September–Nopember 2016 di Kabupaten Grobogan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua petani pemilik lahan (milik sendiri/sewa) padi di Kabupaten Grobogan. Jumlah petani di kabupaten Grobogan adalah 212.544 orang (1.671 kelompok tani). Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* berdasarkan pada pertimbangan bahwa kondisi dan aktivitas usahatani yang dilakukan oleh petani di daerah penelitian relatif sama atau homogen. Pengambilan sampel juga dipadukan dengan metode *snowball sampling*. Jumlah responden seluruhnya adalah 50 orang, terdiri dari 30 orang petani padi, 7 orang pedagang tengkulak, 5 penggilingan padi, 3 orang pedagang pengepul dan 5 orang pedagang pengecer. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah *review* data sekunder, observasi, panduan wawancara terstruktur dan daftar pertanyaan terbuka.

Petani yang dimaksud dalam penelitian ini adalah petani yang dalam usahanya memiliki lahan sawah sendiri tetapi hasil panen di jual dalam bentuk

gabah kering giling, adapun penghasilan petani dengan memiliki lahan sendiri dijual kepada pedagang tengkulak dengan sistem tebasan dan kiloan. Responden petani dalam penelitian ini adalah petani yang kegiatan menanam sampai memanen membutuhkan waktu 4 bulan, dengan menyebar benih sampai siap untuk ditanam membutuhkan waktu 21 hari dan alat untuk petani padi adalah cangkul, ani-ani, sabit, dan traktor.

Analisis yang digunakan adalah analisis margin pemasaran yang dihitung sebagai selisih antara harga jual gabah di tingkat petani dengan harga jual beras di tingkat pengecer. Prosedur analisis ini dilakukan dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran dari komoditi spesifik, membandingkan harga pada berbagai tingkat pemasaran yang berbeda, dan mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berikut ini merupakan gambaran umum responden petani padi di Kabupaten Grobogan. Berdasarkan rata-rata diperoleh hasil seperti terangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Petani Padi di Kabupaten Grobogan

Uraian	Keterangan
Rataan kepemilikan lahan	0,5-1 Ha/petani
Varietas padi dominan	IR64, Ciherang
Intensitas panen	2 kali
Pola tanam	Padi - padi – palawija
Biaya produksi	Rp.2.200/kg Gabah Kering Giling (GKG)
Pendapatan	23,4 juta/ha
Sumber modal (%):	
a. Modal sendiri	37%
b. Modal sendiri & pinjaman nonbank	63%
Bentuk penjualan	Gabah Kering Giling
Sistem penjualan:	
a. Tebasan	Harga rata-rata Rp. 3.800/Kg
b. Kiloan	Harga rata-rata Rp. 4.000/Kg
Kendala dalam penjualan	Keterbatasan informasi pasar, Informasi harga gabah naik turun, pembayaran kredit yang dilakukan oleh pedagang

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Responden pedagang tengkulak di Kabupaten Grobogan sebagian besar mendapatkan modal utama dari penggilingan padi. Berikut ini merupakan gambaran umum responden pedagang tengkulak di Kabupaten Grobogan berdasar rata-rata hasil yang diperoleh pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Pedagang Tengkulak di Kabupaten Grobogan

Uraian	Keterangan
Sumber modal utama (%)	
a. Modal sendiri	31%
b. Modal dari penggilingan padi	69%
Volume Pembelian	40-90 ton/musim panen
Bentuk Pembelian	Gabah Kering Giling
Bentuk Penjualan	Gabah Kering Giling
Kisaran Harga Pembelian	Rp 3.800 sampai Rp 4.000 (GKG/Kg)
Kisaran Harga Penjualan	Rp 4.200 (GKG/Kg)
Wilayah Pembelian	Kelurahan dalam Kecamatan 100%
Kegiatan (Fungsi Pemasaran)	Penaksiran, Harga, Pemetongan Padi, Pengarungan, Pembayaran, Survey lokasi

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Dari Tabel 2 diketahui bahwa sumber permodalan utama responden pedagang tengkulak (69%) berasal dari penggilingan padi. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya keterkaitan usaha antara responden pedagang tengkulak dengan pihak penggilingan padi dimana pedagang tengkulak bekerjasama dengan penggilingan padi. Kemudian sisanya (31%) responden pedagang tengkulak menggunakan modal sendiri untuk melakukan kegiatan usahanya. Responden pedagang tengkulak yang bekerja secara individu bebas memilih untuk menjual hasil pembeliannya sesuai dengan keuntungan yang diharapkan.

Bentuk gabah yang dibeli oleh responden pedagang tengkulak mayoritas adalah Gabah Kering Giling (GKG) dengan harga rata-rata Rp. 3.600 per kilogram, kemudian pedagang tengkulak menjual kembali tanpa merubah bentuk dari gabah tersebut dengan harga rata-rata

Rp. 3.800 per kilogram. Dalam hal ini responden pedagang tengkulak hanya melakukan penaksiran harga gabah petani di sawah kemudian melakukan pemetongan padi dan menjual kembali dalam bentuk yang sama tanpa memberikan perlakuan khusus.

Wilayah pembelian pedagang tengkulak yaitu desa dalam kecamatan, maksudnya yaitu pedagang tengkulak membeli padi dari petani yang berada di tempat penggilingan padi dimana ruang lingkup pembelian ini masih dalam satu wilayah kecamatan. Kegiatan yang dilakukan oleh pedagang tengkulak berkaitan dengan fungsi pemasaran adalah penaksiran harga, memilih jenis padi, tawar menawar dan pengemasan padi dalam kantong beras.

Berikut ini merupakan gambaran umum penggilingan padi di Kabupaten Grobogan berdasarkan rata-rata hasil yang diperoleh pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Penggilingan Padi di Kabupaten Grobogan

Uraian	Keterangan
Sumber Modal	Sendiri dan Pinjaman Non Bank
Wilayah Pembelian	Beberapa Kecamatan dalam Kabupaten
Volume Pembelian	120-200 ton/musim
Bentuk Pembelian	Gabah Kering Giling
Bentuk Penjualan	Beras
Kisaran Harga Pembelian	Rp. 4.200 (GKP/Kg)
Kisaran Harga Penjualan	Rp. 7.400 (Beras/Kg)
Kegiatan (Fungsi Pemasaran)	Pengelompokan jenis gabah, Pengeringan, Penggilingan, dan Pengemasan

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku penggilingan padi adalah merubah bentuk gabah menjadi beras. Di penggilingan padi mulai ada perlakuan khusus pada gabah untuk diproses menjadi beras yang diawali dengan pengelompokan jenis gabah, dan penggilingan gabah. Setelah gabah diproses menjadi beras, kemudian dilakukan pengemasan. Dalam

penelitian ini terdapat indikasi bahwa penggilingan padi di Kabupaten Grobogan mampu membeli gabah sebanyak 120 ton sampai 200 ton GKG dalam satu musim panen.

Tabel 4 merupakan gambaran umum responden pedagang pengepul di Kabupaten Grobogan berdasarkan rata-rata hasil yang diperoleh.

Tabel 4. Karakteristik Pedagang Pengepul di Kabupaten Grobogan

Uraian	Keterangan
Bentuk Pembelian	Beras
Bentuk Penjualan	Beras
Sumber Modal (%):	
a. Sendiri	60%
b. Sendiri dan Pinjaman Bank	40%
Kisaran Harga Pembelian	Rp. 7.400/Kg
Kisaran Harga Penjualan	Rp. 7.750/Kg
Wilayah Pembelian	Dalam Kabupaten
Volume Pembelian	40-90 ton/bulan

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Pedagang Pengepul padi di Kabupaten Grobogan pada umumnya berada di pusat kecamatan dan pusat kota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata responden pedagang pengepul merupakan perwakilan pedagang pengepul padi sawah di Desa Ketangirejo Kecamatan Godong dan Desa Tegalrejo

Kecamatan Wirosari. Para pedagang pengepul menyatakan bahwa kegiatan yang mereka lakukan adalah mendistribusikan padi hasil pembeliannya kepada pedagang pengecer yang ada di masing-masing desa mereka.

Fungsi pemasaran dari pedagang pengepul adalah membeli padi yang sudah

menjadi beras di tempat penggilingan padi atau di gudang-gudang penyimpanan beras milik pedagang pengepul, kemudian menyalurkan beras kepada pengecer yang ada di pasar-pasar di daerah kecamatan lain dan kabupaten. Dalam hal ini mereka membeli padi yang sudah menjadi beras

dan menjual kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada perubahan..

Berikut merupakan gambaran umum pedagang pengecer di Kabupaten Grobogan berdasarkan rata-rata hasil yang diperoleh pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Pedagang Pengecer di Kabupaten Groboan

Uraian	Pedagang Pengecer
Bentuk Pembelian	Beras
Bentuk Penjualan	Beras
Sumber Modal (%) :	
a. Sendiri	60%
b. Sendiri dan Pinjaman Non Bank	40%
Varietas beras yang diminati konsumen	IR64
Kisaran Harga Pembelian	Rp. 7.750 /Kg
Kisaran Harga Penjualan	Rp. 8.000/Kg
Volume Pembelian	1-6 ton/bulan
Fungsi Pemasaran	Mengurangi biaya produksi, menambah biaya pengeluaran

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

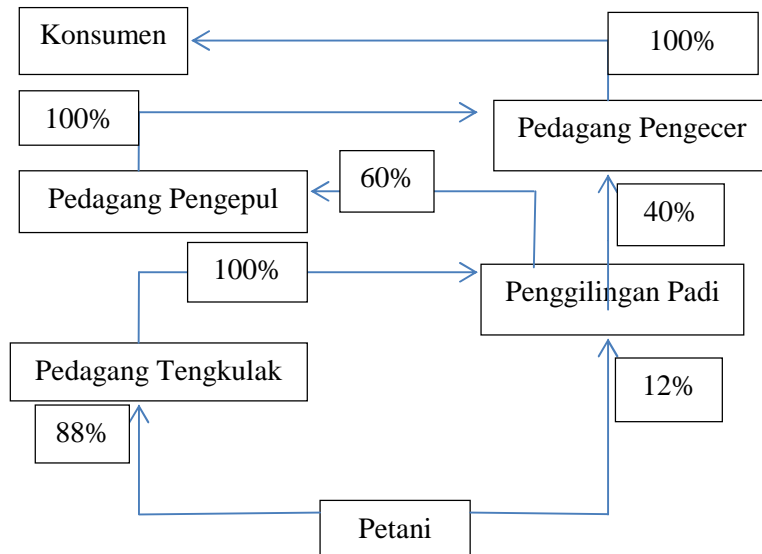
Pedagang Pengecer di Kabupaten Grobogan pada umumnya berada di pasar-pasar di pusat kecamatan dan pusat kota. Dalam hal ini mereka membeli beras dan menjualnya kembali dalam bentuk yang sama hanya saja ada proses pengemasan yang dilakukan agar padi yang sudah menjadi beras tidak berkurang kualitasnya. Fungsi pemasaran dari pengecer adalah menyalurkan beras kepada para konsumen. Menurut para responden varietas padi dalam bentuk beras yang lebih diminati konsumen adalah IR64 karena harga dipasaran yang *relative* terjangkau bagi konsumen adalah varietas

tersebut. Sumber modal pedagang pengecer adalah 60 persen menggunakan modal sendiri dan 40 persen menggunakan modal sendiri dan bantuan pinjaman dari non Bank.

## Pembahasan

### 1. Analisis Deskriptif Persentase

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan masing-masing pelaku distribusi padi sawah, hasil perhitungan analisis deskriptif persentase mengenai pemilihan saluran distribusi padi sawah di Kabupaten Grobogan dapat ditampilkan pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Persentase Pemilihan Saluran Distribusi Padi Sawah di Kabupaten Grobogan

Gambar 1 menjelaskan bahwa petani menjual hasil panen padi berupa gabah kering giling kepada pedagang tengkulak sebesar 88 persen dan menjual ke penggilingan padi sebesar 12 persen. Tengkulak menjual seluruh gabah kering giling ke penggilingan padi, yakni sebesar 100 persen. Penggilingan padi menjual beras kepada pedagang pengepul (60%) dan pedagang pengecer (40%). Pedagang pengepul menjual seluruh beras kepada pedagang pengecer (100%). Sedangkan pedagang pengecer menjual seluruh berasnya kepada konsumen (100%).

## 2. Analisis Marjin Pemasaran

Pada garis besarnya pelaku tata niaga komoditas padi sawah dan beras di Kabupaten Grobogan mayoritas menggunakan saluran distribusi berikut: dari petani (88%) ke pedagang tengkulak (100%) ke penggilingan padi (60%) ke pedagang pengepul (100%) ke pedagang pengecer (100%) ke konsumen. Berikut ini merupakan hasil analisis marjin pemasaran yang terdiri dari biaya yang dibutuhkan pelaku pemasaran untuk melakukan

fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh pelaku pemasaran pada setiap rantai tata niaga pemasaran komoditas padi sawah yang paling dominan di Kabupaten Grobogan.

Tabel 6 menginformasikan bahwa jenis pembiayaan utama pedagang tengkulak meliputi biaya pemotongan padi, biaya pengangkutan, dan bongkar muat adalah sebesar Rp. 250 per kilogram Gabah Kering Giling. Kemudian untuk biaya penggilingan padi adalah Rp. 430 per kilogram Gabah Kering Giling. Total biaya pemasaran pelaku tata niaga selanjutnya masing-masing adalah pedagang pengepul Rp. 200 per kilogram beras dan Pedagang pengecer Rp. 150,- per kilogram. Untuk biaya pemasaran (*marketing cost*), penggilingan padi mengeluarkan biaya lebih banyak untuk proses tata niaga padi sawah. Biaya tersebut untuk penggilingan padi, pengeemasan, transportasi dan bongkar-muat. Pengeluaran yang paling tinggi terjadi pada penggilingan padi, yaitu sebesar Rp. 430 per kilogram gabah atau padi.

Tabel 6. Analisis Margin Pemasaran Komoditas Padi Sawah Jenis Ciherang di Kabupaten Grobogan Oktober Tahun 2016

Uraian	Satuan (Rp/Kg)	Persentase (%)
1. Petani		
a. Harga jual (GKP) <sup>1</sup>	3.800	47,5 <sup>6</sup>
2. Pedagang Tengkulak		
a. Harga beli	3.800	47,5
b. Margin pemasaran	400	5,0
c. Biaya pemasaran <sup>2</sup>	250	3,1
d. Margin keuntungan	150	1,9
e. Harga jual	4.200	52,5
3. Penggilingan Padi		
a. Harga beli	4.200	52,5
b. Margin pemasaran	3.200	40,0
c. Biaya pemasaran <sup>3</sup>	430	5,4
d. Margin keuntungan	150 <sup>7</sup>	1,9
e. Harga jual	7.400	92,5
4. Pedagang Pengepul		
a. Harga beli	7.400	92,5
b. Margin pemasaran	350	4,4
c. Biaya pemasaran <sup>4</sup>	200	2,5
d. Margin keuntungan	150	1,9
e. Harga jual	7.750	96,9
5. Pedagang Pengecer		
a. Harga beli	7.750	96,9
b. Margin pemasaran	250	3,1
c. Biaya pemasaran <sup>5</sup>	150	1,9
d. Margin keuntungan	100	1,3
e. Harga jual	8.000	100,0

Sumber : Data Primer diolah, 2016.

Keterangan :

1) Gabah Kering Panen, 2) Biaya pemotongan padi, bongkar muat, dan transportasi, 3) Biaya jemur, giling, pengarungan, bongkar muat, dan transportasi, 4) Biaya transportasi, pengemasan, dan bongkar muat, 5) Biaya bongkar muat dan transportasi, 6) Harga jual di tingkat pelaku/harga jual di tingkat pengecer 100%, 7) Rendemen giling di jadikan beras per Kg gabah (60%) x harga jual – biaya produksi

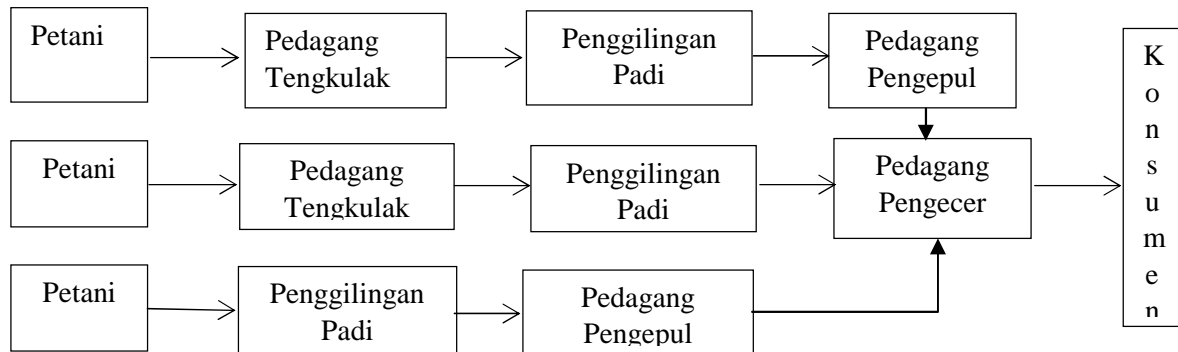
Margin pemasaran (*Marketing Margin*) yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada penggilingan padi (40,0%), pedagang tengkulak (5,0%), pedagang pengepul (4,4%), pedagang pengecer (3,1%). Berdasarkan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), pemilik penggilingan padi yang memproses gabah hingga menjadi beras sekaligus menjualnya memperoleh keuntungan

sebesar Rp. 150 per kilogram beras. Pedagang tengkulak yang tidak mengubah Gabah Kering Giling menjadi beras memperoleh margin keuntungan sebesar Rp. 150 per kilogram. Para pedagang perantara mengutip margin keuntungan Rp 150 untuk pedagang pengepul dan Rp. 100 untuk pedagang pengecer per kilogram beras.

### 3. Pola Distribusi Komoditas Padi Sawah di Kabupaten Grobogan

Pola distribusi padi sawah di Kabupaten Grobogan ditemukan tiga saluran tata niaga, yaitu: a) saluran pemasaran pertama, dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen; b) saluran pemasaran kedua, dari

petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen; c) saluran pemasaran ketiga, dari petani ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen. Struktur aliran tata niaga padi dan beras tersebut digambarkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pola Distribusi Komoditas Padi Sawah di Kabupaten Grobogan

Pada saluran pemasaran pertama, petani menjual gabah kering giling ke pedagang tengkulak yang yang bekerjasama dengan pedagang beras. Dari pedagang tengkulak disalurkan ke penggilingan padi. Di penggilingan padi gabah dikelompokkan dan mengalami perlakuan khusus meliputi proses pengeringan, penggilingan, dan pengemasan. Beras yang dikemas selanjutnya disalurkan kepada pedagang pengepul yang berada di pusat kecamatan dan kota. Selanjutnya disalurkan dari pedagang pengepul, beras disalurkan kepada pengecer yang berada di pasar-pasar maupun toko-toko. Pola distribusi yang ada di Kabupaten Grobogan yang terlaksana pola distribusi pertama, kedua dan ketiga. *Pertama*, dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen. *Kedua*, dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen. *Ketiga*, dari petani ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen.

Saluran tata niaga komoditas padi sawah yang kedua yaitu penggilingan padi (40%) langsung mendistribusikan berasnya kepada pedagang pengecer di pasar dan toko-toko. Proporsi distribusi yang relatif rendah ini karena kapasitas giling mereka relatif sedikit, yaitu antara 120 ton sampai 200 ton beras dalam sekali musim panen. Pinjaman modal yang dilakukan penggilingan padi yaitu modal sendiri dan pinjaman nonbank, Kegiatan yang dilakukan penggiling padi antara lain; penggilingan, pengemasan dan pengelompokan. Pengelompokan sendiri dilakukan dengan pengelompokan jenis beras yang ada di Kabupaten Grobogan.

Pola distribusi komoditas padi yang ketiga, petani (12%) menjual padi atau gabah langsung kepada penggilingan padi dalam bentuk Gabah Kering Giling (GKG). Di penggilingan padi gabah di proses menjadi beras yang selanjutnya disalurkan ke pedagang pengepul. Dari pedagang pengepul kemudian beras disalurkan kepada pedagang pengecer. Pedagang pengepul sendiri mampu

membeli beras rata-rata 40 kg sampai 90 kg. Bentuk pembelian dan penjualan beras yaitu beras dan berabel. Berabel artinya beras yang sudah dalam bentuk kemasan berabel. Sumber modal dari modal sendiri 60% dan pinjaman 40%, karena pengepul sudah memiliki dana untuk membeli beras. Sedangkan pedagang pengecer membeli beras rata-rata 1-6 ton, karena pedagang pengecer menjual beras yang diminati konsumen yaitu padi yang sudah diproses dalam bentuk beras.

Pada pola distribusi padi di Kabupaten Grobogan, Koperasi Unit Desa (KUD) dan BULOG tidak terlibat dalam tata niaga komoditas padi. Hal ini disebabkan oleh harga gabah yang ada di pasaran lebih tinggi dari harga dasar yang ditetapkan pemerintah. Koperasi Unit Desa dan Bulog tidak terdapat insentif untuk melakukan pembelian padi petani.

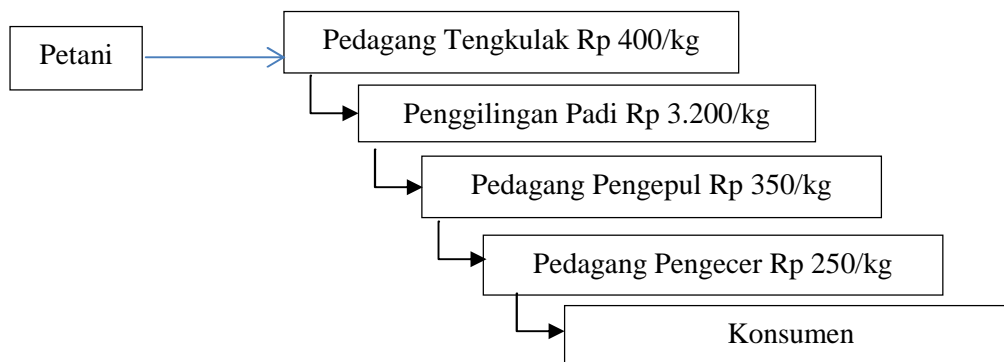
Pada umumnya petani menjual hasil panen mereka secara langsung dalam bentuk Gabah Kering Giling baik kepada pedagang tengkulak maupun penggilingan padi. Tidak ada petani yang menjual padi atau gabahnya dalam bentuk Gabah Kering Panen (GKP) maupun Gabah Kering Simpan (GKS). Sebenarnya petani dapat menerima harga lebih tinggi jika seandainya mereka menjual padi dalam bentuk beras. Meskipun demikian, cara penjualan padi atau gabah secara langsung sulit dihindari, selain karena petani

mempunyai kebutuhan yang mendesak, pada umumnya mereka juga tidak mempunyai sarana pengeringan dan penyimpanan yang memadai. Kondisi ini menyebabkan harga padi atau gabah petani anjlok di saat suplai gabah pada waktu panen meningkat, sehingga menghadapkan petani pada posisi tawar yang sangat lemah.

Dari berbagai saluran distribusi yang ada, petani menghadapi beberapa permasalahan dalam pemasaran hasil panen mereka. Permasalahan yang umum ditemui pada petani adalah terbatasnya informasi pasar tersebut akan menyebabkan petani tidak mengetahui kepada siapa produk akan dijual dengan keuntungan terbaik. Petani tidak mengetahui secara pasti naik turunnya harga padi atau gabah, sementara pedagang tengkulak mendapatkan informasi yang lebih cepat dari lembaga pemasaran lain.

#### 4. Nilai Rantai Distribusi Komoditas Padi

Rantai tata niaga komoditas padi sawah di Kabupaten Grobogan adalah dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen. Secara skematis nilai margin pemasaran (*marketing margin*) komoditas padi sawah di Kabupaten Grobogan sebagaimana dicantumkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Margin Pemasaran Pada Setiap Pelaku Tata Niaga Padi Sawah di Kabupaten Grobogan

Berdasarkan skema margin pemasaran di atas, dapat di ketahui bahwa panjangnya saluran distribusi yang ada di Kabupaten Grobogan memicu tingginya disparitas antara harga padi atau gabah di tingkat petani dan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya selisih harga gabah atau padi di tingkat petani dan di tingkat konsumen yaitu Rp. 4.200/Kg. Banyaknya pelaku dalam tata niaga tentunya menyebabkan besarnya biaya distribusi (margin pemasaran yang tinggi), sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pelaku tata niaga. Keadaan ini cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang harus dibayarkan oleh konsumen.

Gambar 3 menginformasikan bahwa margin pemasaran yang tidak dapat dinikmati petani (88%) terdistribusi ke pedagang tengkulak yaitu sebesar Rp. 3.800 per kilogram Gabah Kering Giling. Sebaliknya petani (12%) yang menjual padi atau gabahnya dari pedagang tengkulak ke penggilingan padi memperoleh nilai margin sebesar Rp.400 per kilogram. Hal ini karena harga jual dengan sistem tebasan ke pedagang tengkulak umumnya lebih rendah (Rp. 3.800,-/kg), jika dibandingkan dengan harga jual di penggilingan padi yaitu sebesar Rp.4.200,- per kilogram. Sehingga petani yang mendistribusikan padi atau gabah ke pedagang tengkulak tidak dapat memperoleh nilai tambah dari kegiatan pemasaran hasil panen padi.

Pedagang tengkulak yang membeli padi atau gabah dari petani dengan harga Rp. 3.800 per kilogram, yang selanjutnya dijual ke penggilingan padi dengan harga Rp.4.200 per kilogram memperoleh nilai margin Rp. 400 per kilogram. Keuntungan bersih (*net benefit margin*) yang diperoleh pedagang tengkulak dalam mendistribusikan hasil pembelian padi atau gabah dari petani ke

penggilingan padi adalah Rp. 150 per kilogram setelah dikurangi dengan biaya pemasaran (*marketing cost*) untuk pemo-tongan padi, bongkar muat dan trans-portasi sebesar Rp. 250 per kilogram.

Lebih lanjut penggilingan padi yang merubah bentuk gabah atau padi menjadi beras menjualnya ke pedagang pengepul dengan per kilogram beras. Penggilingan padi memperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 3.200 per kilogram atau sekitar 40,0 persen dari keseluruhan margin pemasaran gabah atau beras. Besarnya margin pemasaran pada pemilik penggilingan, dikarenakan di penggilingan padi atau gabah dikeringkan terlebih dahulu menjadi gabah kering Giling. Dalam proses penggilingan tersebut terjadi susut hasil sekitar 60 persen dari berat gabah semula. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh penggilingan padi untuk mendistribusikan beras ke pedagang pengepul adalah Rp. 430 per kilogram, dengan keuntungan bersih sebesar Rp. 150 per kilogram harga jual Rp. 7.400 per kilogram.

Di pedagang pengepul kemudian beras dijual ke pedagang pengecer dengan harga jual Rp. 7.750 per kilogram. Margin pemasaran sebesar Rp. 350 per kilogram atau sekitar 4,4 persen dari keseluruhan margin pemasaran gabah atau padi. Besar pembiayaan yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul untuk mendistribusi-kan beras ke pengecer yaitu Rp. 200 per kilogram beras, meliputi biaya transpor-tasi, bongkar muat dan biaya pengemasan. Selanjutnya pedagang pengecer yang merupakan pelaku yang berhadapan langsung dengan konsumen menjual beras tersebut dengan harga Rp. 8.000 per kilogram. Margin pemasaran di pengecer yaitu Rp. 250 per kilogram atau 3,1 persen. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan bersih Rp. 100 per kilogram dengan biaya pemasaran yang harus

dikeluarkan sebesar Rp. 150 per kilogram untuk biaya transportasi dan bongkar muat.

Kenyataan menunjukkan bahwa proses pengolahan sangat menentukan nilai tambah dari setiap kegiatan pasca panen dan pemasaran komoditas pertanian. Petani yang menjual hasil panen secara langsung di sawah, tidak dapat ikut menikmati nilai tambah yang dihasilkan dari perdagangan gabah atau padi. Dalam hal ini petani hanya sebatas sebagai produsen gabah atau padi sekaligus *price taker*, yang cenderung menjual produknya berupa gabah atau padi sawah dan bukan berupa beras. Keadaan ini memperlihatkan adanya keterpisahan petani dari tata niaga komoditas gabah atau padi. Dengan adanya disparitas antara harga padi atau gabah di tingkat petani dan konsumen, hasil tinggi yang diterima oleh pedagang tengkulak, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer tidak akan dinikmati oleh petani.

## **5. Kebijakan Pemerintah Terkait Distribusi Komoditas Pertanian**

Fakta menunjukkan bahwa, harga pangan yang tetap rendah di tingkat petani, ternyata melambung tinggi di tingkat konsumen. Hasil investigasi menjelaskan bahwa, terdapat sesuatu yang salah dalam rantai pasokan ini, dimana para pedagang perantara menikmati keuntungan yang besar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan kebijakan pemerintah terkait rantai distribusi. Salah satu usaha pemerintah untuk memotong rantai pasok pangan yang panjang dan upaya untuk menurunkan harga adalah dengan mendirikan Toko Tani Indonesia (TTI). Kementerian Pertanian berusaha memotong rantai pasok (*supply chain*) pangan yang semula 7-8 pihak menjadi hanya 3-4 pihak. Diharapkan dengan berkurangnya pihak-pihak terkait dalam rantai pasok, harga pangan dapat turun hingga mencapai 30

persen. Kementerian Pertanian melakukan gebrakan dengan meresmikan ratusan Toko Tani Indonesia (TTI) di berbagai wilayah di Indonesia.

Sehubungan dengan itu, kebijakan Pemerintah Pusat untuk menggeser profit ke petani adalah dengan (1) Menetapkan harga pembelian pemerintah (HPP) komoditas jagung dan padi, (2) Memotong rantai pasokan/ pengaturan tata niaga pangan strategis, (3) Mengembangkan Toko Tani Indonesia (TTI) dan Bulog membeli langsung ke petani, dan (4) Percepatan kedaulatan pangan sesuai UU 18/2012 tentang pangan.

Pemerintah Kabupaten Grobogan khususnya Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Grobogan membuat langkah terobosan untuk memangkas panjangnya rantai distribusi pemasaran dari komoditas pertanian melalui inovasi aplikasi pemasaran berbasis *on line*, yaitu aplikasi pemasaran berbasis *on line*, yaitu aplikasi android *google play* dengan nama Tani Niaga (TN). Aplikasi niaga komoditas pertanian Kabupaten Grobogan dengan nama “Tani Naga” telah di luncurkan pada bulan September tahun 2016, didanai menggunakan anggaran perubahan Kabupaten Grobogan Tahun Anggaran 2016. Aplikasi android Tani Niaga Kabupaten Grobogan dapat diunduh di <https://www.taniniaga.com/> dan di <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tokojs.app.taniniaga&hl=in>

Tani Niaga merupakan aplikasi pemasaran komoditi pertanian pra panen sampai panen yang dikelola Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Aplikasi ini mempunyai sasaran untuk memasarkan komoditi pertanian sebelum panen sampai dengan panen agar jangka waktu pemasaran menjadi lebih lama. Aplikasi Tani Niaga merupakan bentuk pemasaran *on line* dari petani langsung kepada calon pembeli yang

berisi info lengkap hasil pertanian. Info lengkap hasil pertanian berupa: hasil pertanian yang ditanam petani, lokasi lahan sawah yang hampir panen, estimasi harga yang ditawarkan oleh petani dan nomor kontak petani. Informasi diambil dari data yang sudah diverifikasi dan dapat dipertanggungjawabkan. Aplikasi ini membantu petani memasarkan hasil pertaniannya dan memangkas rantai pemasaran. Keunggulan aplikasi ini dapat dioperasikan oleh petani melalui *gadget smartphone* dan langsung dapat diunduh di *play store*.

Diharapkan aplikasi tani niaga mampu memangkas panjangnya rantai distribusi pemasaran komoditas pertanian di Kabupaten Grobogan dan dapat meningkatkan kesejahteraan petani.

## **SIMPULAN**

Terdapat tiga pola distribusi komoditas padi sawah yang berjalan di kabupaten Grobogan yaitu *pertama*, dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengepul

ke pedagang pengecer ke konsumen; *kedua*, dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen; *ketiga*, dari petani ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen. Dengan pola distribusi yang ada para pelaku tata niaga beras dapat memperoleh keuntungan.

Marjin pemasaran padi yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada penggilingan padi, pedagang tengkulak, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer. Sedangkan, berdasarkan nilai marjin keuntungan yang paling tinggi berturut-turut adalah pedagang tengkulak, penggilingan padi, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer.

Kebijakan Pemerintah kabupaten Grobogan yang mendukung sistem pemasaran dan distribusi komoditas pertanian adalah inovasi aplikasi pemasaran berbasis *on-line* “Tani Niaga” yang bisa diikuti petani melalui *smart phone* di <http://www.taniniaga.com>.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Adang dan Iwan Setiadjie. 2008. "Analisis Perkembangan Harga dan Rantai Pemasaran Cabai Merah di Jawa Barat". Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian.
- Arifin, Bustanul. 2007. "Disparitas Harga Gabah dan Harga Beras". Jakarta: Unisosdem, UNILA.
- Ariwibowo, Agus. 2013. Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi dan Beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati. Skripsi Semarang: Fakultas Ekonomi UNNES.
- Asrul, Faqih. 2009. Pengaruh Pembangunan Sektor Pertanian Terhadap Kesempatan Kerja Dan Distribusi Pendapatan Di Provinsi Jawa Tengah. Skripsi Semarang: Fakultas Ekonomi UNNES.
- Bulog. 2012. "Kebijakan Pengadaan Gabah dan Beras". Jakarta: Intruksi Presiden Nomor 3.
- Departemen Pertanian RI. 2007. Pedoman Pembinaan Kelembagaan Petani. Jakarta: Departemen Pertanian RI.
- Mardianto, Sudi, Yana Supriatna, dan Nur K. Agustin. 2005. "Dinamika Pola Pemasaran Gabah dan Beras di Indonesia". Bogor: Forum Penelitian Agro Ekonomi, Vol 23, No. 2.
- Nuryanti, Sri 2003. Analisis Distribusi Marjin Pemasaran Gabah dan Beras di Jawa Tengah. Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian.
- Rahayu, Endang. 2009. Mereposisi Peran Pemasaran Pertanian dalam Revitalisasi Pertanian. Surakarta: Universitas Negeri Surakarta.
- Rasahan, C. 2000. Pertanian dan Pangan. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta
- Shank, John K. dan Vijay Govindrajan, 1995, Strategic Cost Management and The Value Chain: Reading and Issue in Cost Management, editor James M, Reeve, New York : South Western Publishing and Warren Gorham.
- Simchi-Levi et. Al, 2000. Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies. McGraw-Hill International Edition, Singapore.
- Subandriyo, Toto. 2010. "Pasang Surut Kesejahteraan Petani". Suara Merdeka. Edisi Cetak. 21 Januari.
- .Sudiyono, A. 2009. "Pemasaran Pertanian". Malang: Universitas Muhammadiyah, Malang
- Supriatna, Ade. 2003. "Analisis Sistem Pemasaran Gabah dan Beras (Studi Kasus Petani Padi di Sumatera Utara)". Bogor : Puslitbang Sosek Pertanian.
- Surono, S. 1999. "Arah Kebijakan Perberasan Nasional di Masa Mendatang". Makalah pada Seminar Future Direction of Indonesia Rice Policy di Jakarta, 09 Maret 1999. Biro Perencanaan Departemen Pertanian, Jakarta.
- Syahza, Almasdi. 2003. "Paradigma Baru: Pemasaran Produk Pertanian berbasis Agribisnis". Jakarta: Jurnal Ekonomi, TH. VIII/01/Juli, PPD&I Fakultas Ekonomi Tarumanegara. <http://www.taniniaga.com/>.