



**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN GABAH DI DESA SELOPURO  
KECAMATAN SELOPURO KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**

Oleh :

**ADI SUPRIONO**

**219.01.0.32022**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**MALANG**

**2023**



**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN GABAH DI DESA SELOPURO  
KECAMATAN SELOPURO KABUPATEN BLITAR**

**(Studi Kasus Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh :

**ADI SUPRIONO**

**219.01.0.32022**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**MALANG**

**2023**

## RINGKASAN

**Adi Supriono (219.010.32.022) ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN GABAH (Studi Kasus Di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar) Dosen Pembimbing:**

**Dr. Ir. H. Masyhuri Mahfudz, MP. 2. Dr. Ir. Zainul Arifin, MP**

Indonesia merupakan negara agraris, dan pertanian memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Pertanian memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, terutama dengan bertambahnya jumlah penduduk, yang berarti kebutuhan pangan juga meningkat. Pemasaran bertujuan untuk mempertemukan produsen dan konsumen, dimana setelah proses produksi selesai dilanjutkan dengan pemasaran produk. Pemasaran harus dilakukan dengan strategi yang baik, sehingga petani dapat dengan mudah memasarkan hasil produksinya. Produksi beras tahun 2020 sebesar 9,94 juta ton gabah kering giling, meningkat 363.600 ton atau 3,79% dari 9,58 juta ton GKG tahun 2019. Padi merupakan produk yang strategis, sehingga harus dilakukan tanam sekaligus. Hal ini menyebabkan produksi padi terus berlanjut selama musim panen meningkat, sedangkan permintaan cenderung tetap sama atau berkembang pesat tidak akan terlalu tinggi, jadi harganya akan mengurangi. masalah utama harga gabah murah yang diterima oleh petani, disebabkan oleh kebiasaan petani yang menjual dalam keadaan gabah kering panen. Sedangkan jika petani berhasil memproses lebih lanjut, tentunya Petani akan mendapatkan nilai tambah dari pascapanen atau pengolahan yang telah dilakukan oleh petani. tujuan penelitian ini ingin mengetahui bagaimana saluran pemasaran, ingin mengetahui bagaimana margin dan distribusi margin pemasaran Gabah dan untuk mengetahui bagaimana efisiensi pemasaran Gabah.

Penelitian ini dilakukan di Desa Selopuro kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar selama 1 bulan terhitung pada bulan desember 2022 sampai dengan bulan Januari. Pemilihan lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan dasar pertimbangan di desa tersebut merupakan daerah dengan produksi padi sawah. Pengambilan sampel dari anggota populasi dilakukan menggunakan teknik simple random sampling. Penelitian ini masuk dalam kategori jumlah populasi 1001-5000 atau sebanyak 1985 dengan 5% dari besar populasi petani di Desa Selopuro sehingga sampel yang di dapatkan adalah 100 responden. Sedangkan pedagang tengkulak, pedagang besar dan pedagang pengecer pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik snowball sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan informasi yang diperoleh dari petani, kemudian dari petani tersebut diperoleh informasi calon responden pemasaran yang pertama, selanjutnya dari responden pemasaran pertama diperoleh informasi calon responden yang kedua dan seterusnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran Padi di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar terdapat dua saluran antara lain saluran pemasaran I yang terdiri dari petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen. Dan Saluran pemasaran II Petani → Pedagang Tengkulak → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen. Pada saluran pemasaran I memiliki total biaya pemasaran Rp. 2.854,5/kg, margin pemasaran Rp. 7.310/kg dan keuntungan pemasaran Rp. 4.455,5/kg. Pada saluran pemasaran II besarnya total biaya pemasaran Rp. 3.415,25/kg, margin pemasaran

Rp. 7.835/kg dan keuntungan pemasaran Rp. 4.418,7 5/kg. Saluran pemasaran I lebih menguntungkan petani karena langsung menjual ke Pedagang Besar. Dari hasil analisis efisiensi pemasaran didapatkan bahwa dalam integritas pasar saluran I terdapat berpengaruh yang dimana antara petani dan pedagang besar akan tetapi pada saluran II tidak terdapat pengaruh antara harga di tingkat petani dan ditingkat selanjutnya. Dari hasil analisis elastisitas transmisi harga didapatkan bahwa saluran pemasaran ini menggunakan sistem pasar monopsoni.

Saran perlunya adanya kebijakan pemerintah terhadap regulasi harga gabah kering dan gabah basah yang dimana harga agar tetap stabil. Selain, itu dalam meningkatkan harga jual padi petani juga harus meningkatkan kualitas padi, semakin bagus kualitas padi maka harga jualnya akan tinggi sebaliknya kualitas padi yang kurang bagus maka harga jual padi akan rendah.



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris, dan pertanian memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam pembangunan perekonomian nasional. Pertanian memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, terutama dengan bertambahnya jumlah penduduk, yang berarti kebutuhan pangan juga meningkat. Oleh karena itu, pemerintah harus lebih serius menyikapi persoalan pertanian guna tercapainya pembangunan pertanian yang lebih maju bagi kesejahteraan masyarakat khususnya petani (Ramadhani, 2017).

Beras merupakan salah satu makanan terpenting di Indonesia karena padi merupakan tanaman penghasil beras dan merupakan makanan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Petani menggunakan padi yang diolah menjadi beras untuk dikonsumsi sendiri dan dijual untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Selain itu, padi juga berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena merupakan salah satu sumber pendapatan dan tenaga kerja utama bagi perekonomian Indonesia, dan sebagian besar penduduknya bergantung pada sektor pertanian. Mengingat pentingnya komoditas padi, maka pengembangan komoditas tersebut tetap menjadi prioritas utama pembangunan pertanian khususnya tanaman pangan. (Putria, 2022)

Pemasaran bertujuan untuk mempertemukan produsen dan konsumen, dimana setelah proses produksi selesai dilanjutkan dengan pemasaran produk. Pemasaran harus dilakukan dengan strategi yang baik, sehingga petani dapat dengan mudah memasarkan hasil produksinya. Dalam suatu usaha agribisnis lembaga-lembaga yang terlibat pada proses pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam mendistribusikan produk, yaitu menjadi penghubung antara konsumen pengguna dan produsen. Pemasaran menjadi kunci yang menentukan kesuksesan bagi setiap usaha ataupun perusahaan agribisnis. Pemasaran dinyatakan masuk dalam kategori efisien jika dapat mendistribusikan produk dari produsen kepada konsumen akhir dengan harga yang terjangkau dan setiap lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran mendapatkan keuntungan yang seimbang (Mantiri et al., 2019)

Luas panen padi Kabupaten Blitar pada tahun 2020 sebesar 1,75 juta hektar, meningkat 51.950 hektar atau 3,05% dari 1,7 juta hektar pada tahun 2019. Produksi beras tahun 2020 sebesar 9,94 juta ton gabah kering giling (GKG), meningkat 363.600 ton atau 3,79% dari 9,58 juta ton GKG tahun 2019. (Berdasarkan data BPS 2020)

Padi merupakan produk yang strategis, sehingga harus dilakukan tanam sekaligus. Hal ini menyebabkan produksi padi terus berlanjut selama musim panen meningkat, sedangkan permintaan cenderung tetap sama atau berkembang pesat tidak akan terlalu tinggi, jadi harganya akan mengurangi. masalah utama Harga murah untuk petani diterima oleh petani, disebabkan oleh kebiasaan petani yang menjual padi dalam keadaan gabah kering panen. sedangkan, jika petani bisa menghambat produksi dan penjualan padi dalam keadaan beras bahkan, berhasil pemrosesan lebih lanjut (seperti menjual dalam bentuk beras ke konsumen), tentunya Petani akan mendapatkan nilai tambah dari pascapanen atau pengolahan yang telah dilakukan oleh petani.

Pada kenyataannya, kegiatan pengolahan ini dilakukan oleh pemilik pabrik penggilingan di daerah tersebut dan tengkulak, sehingga nilai tambahnya dinikmati oleh pemilik pabrik dan tengkulak. Dengan kata lain, agar petani dapat menikmati nilai tambah dari pemasaran padi, maka kendala mengenai kebiasaan petani dalam menjual gabah dalam bentuk gabah kering panen harus diatasi dan sistem pemasaran harus diperbaiki. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mengenai efisiensi pemasaran gabah dan nilai tambah beras di Desa Selopuro. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, menganalisis efisiensi sistem pemasaran gabah di desa Selopuro dan untuk mengetahui nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan gabah menjadi beras di Desa Selopuro.

Pemasaran memiliki fungsi yang sangat penting dalam menghubungkan produsen dengan konsumen dan memberikan nilai tambah yang besar dalam perekonomian Menurut Endang & Soliha, (2015), mendefinisikan bahwa: Manajemen Pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, implementasi, dari perwujudan produk, harga, distribusi, dan promosi untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran sehingga dapat memenuhi tujuan pelanggan dan

perusahaan. Berangkat dari kontradiksi antara teori dan kenyataan, maka menarik untuk diteliti dengan judul: ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN GABAH DI DESA SELOPURO KECAMATAN SELOPURO KABUPATEN BLITAR

### 1.2 Rumusan Masalah

Atas dasar latar belakang, maka disusun rumusan masalah secara spesifik sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar
2. Bagaimana margin dan distribusi margin pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah, maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar
2. Mengetahui bagaimana margin dan distribusi margin pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar
3. Mengetahui bagaimana efisiensi pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar

### 1.4 Batasan Masalah

Masalah yang dibatasi pada penelitian ini adalah

- a) Pemasaran gabah dari tingkat produsen hingga konsumen
- b) Selisih harga yang didapatkan dari pemasaran gabah
- c) Penelitian ini dikhususkan pada komoditas padi

### 1.5 Manfaat dan *output* penelitian

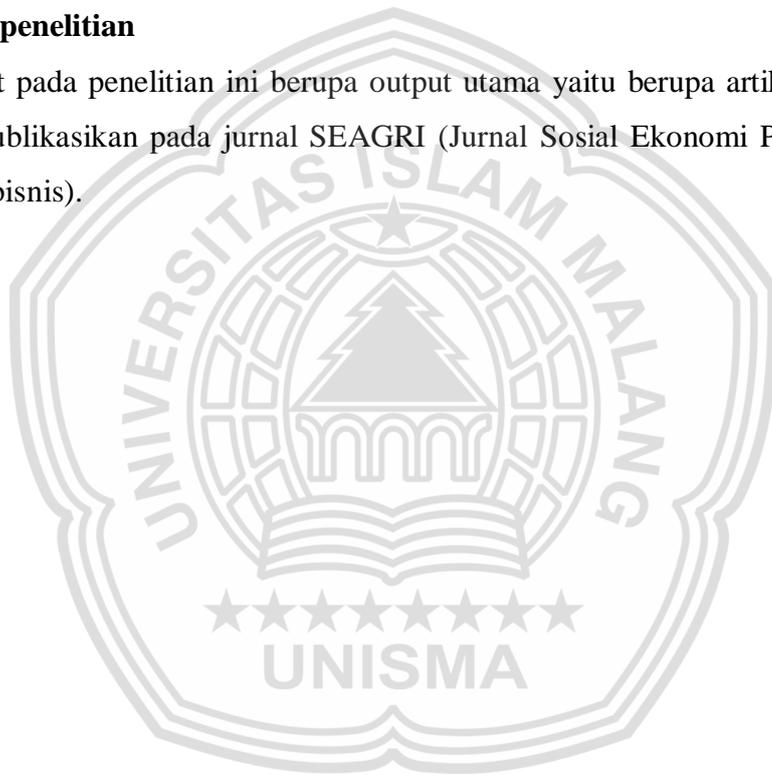
#### 1.5.1 Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, maka dapat disusun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi petani padi, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang saluran pemasaran gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.
2. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan pemerintah dan pihak lain dalam upaya membuat kebijakan yang terkait alur pemasaran.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain, yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 1.5.2 Output penelitian

Output pada penelitian ini berupa output utama yaitu berupa artikel yang akan dipublikasikan pada jurnal SEAGRI (Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis).



## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

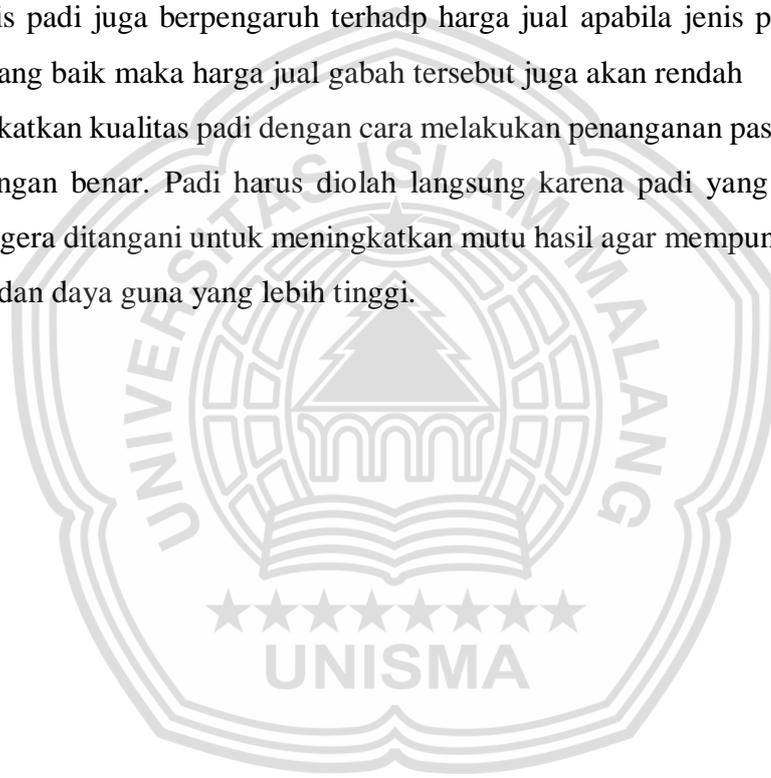
Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat di simpulkan bahwa:

1. Saluran pemasaran Gabah di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar terdapat dua saluran yaitu :
  - a. Saluran pemasaran I Petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen.
  - b. Saluran pemasaran II Petani → Pedagang Tengkulak → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen.
2. Pada saluran pemasaran I memiliki total biaya pemasaran Rp. 2.854,5/kg, margin pemasaran Rp. 7.310/kg dan keuntungan pemasaran Rp. 4.455,5/kg. Pada saluran pemasaran II besarnya total biaya pemasaran Rp. 3.415,25/kg, margin pemasaran Rp. 7.835/kg dan keuntungan pemasaran Rp. 4.418,75/kg. Saluran pemasaran I lebih menguntungkan petani karena langsung menjual ke Pedagang Besar.
3. Dari hasil analisis efisiensi pemasaran di dapatkan bahwa dalam integritas pasar saluran I terdapat berpengaruh yang dimana antara petani dan pedagang besar akan tetapi pada saluran II tidak terdapat pengaruh antara harga di tingkat petani dan ditingkat selanjutnya. Dari hasil analisis elastisitas transmisi harga didapatkan bahwa saluran pemasaran ini menggunakan sistem pasar monopsoni.

### 5.2 Saran

1. Perlunya adanya kebijakan pemerintah terhadap regulasi HPP (Harga pembelian Pemerintah) harga (GKP) gabah kering panen Rp.5.747/Kg dan (GKG) gabah kering giling yang dimana harganya Rp.6.278/Kg namun faktanya terkadang harga yang pemerintah tetapkan tidak lah sama dengan yang terjadi di lapangan perlunya ada tindakan terhadap pemerintah daerah untuk pemeratakan harga yang telah ditetapkan pemerintah pusat.
2. Dalam meningkatkan harga jual gabah petani juga harus meningkatkan kualitas padi, semakin bagus kualitas padi maka harga jualnya akan tinggi sebaliknya kualitas padi yang kurang bagus maka harga jual gabah akan rendah. Kualitas padi ditentukan oleh:

- a. Kadar air maksimal yang dimiliki oleh gabah kering adalah antara 13-15%, apabila kadar air gabah lebih tinggi maka gabah sulit dikupas, sedangkan pada kadar air yang lebih rendah butiran gabah akan mudah patah.
  - b. Butir hampa adalah butir padi yang tidak berkembang sempurna atau akibat serangan hama, penyakit atau sebab lain sehingga tidak berisi butir beras walaupun kedua tangkup sekamnya tertutup maupun terbuka.
  - c. Padi rusak adalah padi yang terfermentasi, padi berjamur atau padi yang terserang serangga.
  - d. Jenis padi juga berpengaruh terhadap harga jual apabila jenis padi yang kurang baik maka harga jual gabah tersebut juga akan rendah
3. Meningkatkan kualitas padi dengan cara melakukan penanganan pasca panen padi dengan benar. Padi harus diolah langsung karena padi yang sifatnya harus segera ditangani untuk meningkatkan mutu hasil agar mempunyai daya simpan dan daya guna yang lebih tinggi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (1986). *Sediaan Galenik*.  
[http://perpusstfmuhcrb.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=6042](http://perpusstfmuhcrb.ac.id//index.php?p=show_detail&id=6042)
- Ariwibowo, A. (2013). Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi dan Beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2), 1–9. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
- Darus, D. (2018). Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Agribisnis*, 20(1), 1–10.  
<https://doi.org/10.31849/agr.v20i1.1492>
- Dewi Haryani. (2013). Kajian Analisis Margin Pemasaran Dan Integrasi Pasar Gabah / Beras. *Buletin IKATAN*, 3(December), 56–69.
- Endang, T., & Soliha, E. (2015). *Manajemen pemasaran : tinjauan teoritis serta riset pemasaran*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1065176>
- Gunawan Sumodiningrat, B. S., & Mohammad, M. (1999). *Kemiskinan : teori, fakta dan kebijakan* (Ahmad Ridw). <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20238168>
- Hanafiah, & Saefuddin. (1983). *Tata niaga hasil perikanan*.
- Hanafie, R. (2010). *pengantar ekonomi pertanian* (R. Fiva (ed.); 1st ed.). 2010.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika:Yogyakarta.
- Hendra Saputra. (2021). Analisis Kelayakan Mesin Combine Harvester dari Aspek Teknis, Finansial dan Sosial Budaya pada Usaha Tani Padi di Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung. *Analisis Kelayakan Mesin Combine Harvester Dari Aspek Teknis, Finansial Dan Sosial Budaya Pada Usaha Tani Padi Di Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung*, 87(12), 947–947. <https://doi.org/10.2493/jjspe.87.947>
- Ika, R. (2019). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Dan Elastisitas Transmisi Harga Pada Komoditas Jambu Biji Merah Dari Desa Bulukerto, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. *Faculty of Agriculture and Animal Husbandry , Department of Agribusiness*. <https://eprints.umm.ac.id/56528/>
- Ilham, F., Laya, N. K., Daud, D., & Nursali, F. (2019). *JU-ke ( Jurnal Ketahanan Pangan )*. 3(2), 8–14. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/JU-ke/article/view/7296/5865>

- Kotler, P., Molan, B., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran* (12th ed.). pId=41228&pRegionCode=UKWMS&pClientId=710
- Lekatompessy, D. C., Turukay, M., & Parera, W. B. (2018). Analisis Pemasaran Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L.*) Di Dusun Taeno Negeri Rumah Tiga Kecamatan Teluk Ambon Kota Ambon. *Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 5(3), 262. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v5i3.325>
- Mantiri, R. I. K. A., Rotinsulu, D. C., & Murni, S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Padi Sawah Di Kecamatan Dumoga. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 18(1). <https://doi.org/10.35794/jpek.d.10766.18.1.2016>
- Mursid, M. (1997). *Manajemen pemasaran*.
- Nurfauziah, S. A. (2015). *Hubungan Peta Mental Dengan Keterampilan Geografis Mahasiswa Departemen Pendidikan Geografi Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Pamungkas, S. B. (2013). *Analisis Rantai Distribusi Komoditas Ikan Tangkap Perikanan Laut Di Kota Tegal*. 2(2).
- Paramba, F., Umbu, E., Retang, K., Saragih, E. C., Studi, P., Universitas, A., Wira, K., & Sumba, W. (2022). *Lewa Kabupaten Sumba Timur Analysis Of Rice Marketing In Kambuhapang Village , Lewa District , East Sumba Regency*. 24(3), 1192–1204.
- Pertanian, J. E. (2022). *Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Di Desa Randuharjo Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto*. 6, 840–848.
- Putria, A. D. E. (2022). *Analisis saluran pemasaran padi di kecamatan kaway xvi kabupaten aceh barat*.
- Ramadhani, S. (2017). Pengaruh Faktor-faktor Produksi Padi Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. *Skripsi*, 12.
- Saleh, L. (2020). Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe. *JAS (Jurnal Agri Sains)*, 4(2), 140. <https://doi.org/10.36355/jas.v4i2.425>
- Sari, E. M., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2019). Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Dan Nilai Tambah Beras Di Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu*

- Agribisnis*, 7(1), 6. <https://doi.org/10.23960/jiia.v7i1.6-13>
- Sarwono. (2006). *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*.  
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=707703>
- Soekartawi. (1993a). *Prinsip dasar ekonomi pertanian : teori dan aplikasi / Soekartawi* (3rd ed.).
- Soekartawi. (1993b). *Prinsip dasar manajemen pemasaran hasil-hasil pertanian*.
- Sofjan Assauri. (2007). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi*.  
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1154665>
- Sudaryono. (2014). *Budaya & Perilaku Organisasi* (1st ed.).  
[http://catalogue.ubharajaya.ac.id/slims/index.php?p=show\\_detail&id=37135&keywords=](http://catalogue.ubharajaya.ac.id/slims/index.php?p=show_detail&id=37135&keywords=)
- Sudiyono, A. (2002). *PEMASARAN PERTANIAN*.  
<http://opac.lib.unlam.ac.id/id/opac/detail.php?q1=658&q2=ARM&q3=P&q4=979-3021-12-8>
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*.  
<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=104135&pRegionCode=UNNTAR&pClientId=650>
- Supranto, Nanda. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*.  
[http://digilib.stiewidyagamalumajang.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=12691](http://digilib.stiewidyagamalumajang.ac.id//index.php?p=show_detail&id=12691)
- Tjiptono, Fandy, Chandra, G. (2012). *Pemasaran Staregik* (2nd ed., p. 488).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). <https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=40067>