

SALURAN PEMASARAN BERAS HITAM DI DESA SENGANAN KECAMATAN PENEHEL KABUPATEN TABANAN

Elvira Maghu Ate, S.P

Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Dwijendra

Email: ateevira@gmle.com

Abstrak

Indonesia adalah negara agraris dimana masyarakatnya sebagian besar adalah petani, salah satunya adalah petani beras hitam tepatnya yang berada di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1. Saluran Pemasaran Beras Hitam di Desa Senganan, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan. 2. Tingkat marjin, keuntungan, dan efisiensi yang diperoleh dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam Pemasaran Beras Hitam di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Penelitian ini dilakukan di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Teknik pengambilan responden ini adalah dengan metode sensus, Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif digunakan untuk menjabarkan kegiatan pemasaran mulai dari saluran tingkat marjin, keuntungan dan efisiensi pemasaran beras hitam. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa terdapat tiga pola saluran pemasaran yang ada di Desa Senganan, yaitu Saluran pemasaran (I) Produsen → Konsumen, (II) Produsen → Pengecer → Konsumen, (III) Produsen → Pengepul → Pengecer → Konsumen akhir. Marjin pemasaran dari penelitian menunjukkan ada 3 bentuk saluran pemasaran, pada saluran pemasaran I diketahui memiliki marjin sebesar (nol) 0 di saluran pemasaran tersebut tidak mengeluarkan banyak biaya karena lembaga pemasarannya sangat kecil, saluran pemasarannya ke II dengan marjin sebesar Rp1.700/Kg, dan keuntungan sebesar Rp.1.100/Kg serta tingkat efisiensi 3,48%, saluran pemasaran ke III dengan marjin sebesar Rp.1.400/Kg dan keuntungan Rp.1.000/Kg dengan tingkat efisiensi sebesar 6,74%. Saluran pemasaran pada III memperoleh marjin sebesar Rp.3.100/Kg, keuntungan sebesar Rp.2.100/Kg.

Kata kunci: Saluran Pemasaran, Marjin, Keuntungan, dan Efisiensi

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas masyarakatnya mengonsumsi beras sebagai makanan pokok. Saat ini rata-rata konsumsi beras di Indonesia merupakan konsumsi tertinggi di dunia yaitu mencapai 130 kg per kapita per tahun (Hassan, 2014). Beras yang sebagian besar dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia merupakan beras yang memiliki warna putih. Namun saat ini sudah mulai populer beras berwarna. Salah satu jenis beras berwarna yakni beras hitam. Beras hitam mengandung antosianin pada lapisan bekatul atau endosperma berasnya sehingga beras ini memiliki warna yang lebih gelap daripada beras lainnya. Minimal paling melimpah yang ditemukan pada beras hitam adalah kalium, magnesium, dan kalsium (Kang et al.2011).

Beras hitam merupakan salah satu jenis beras organik yang kini mulai diminati selain beras putih dan beras merah. Beras hitam (*Oryza Sativa L. Indica*) mengandung pigmen antosianin yang tinggi pada lapisan aleuron dan bulir berasnya sehingga berwarna ungu pekat. Beras hitam dikembangkan di Kabupaten Tasikmalaya dikarenakan beberapa keunggulan secara umum diantaranya mengandung pigmen yang lebih baik dibandingkan beras putih, kandungan *antosianin* yang terdapat dalam beras hitam mencapai 200-400mg per 100g, kadar gulanya rendah (Purwanto, 2010).

Menurut Rusma dkk, (2011), komponen utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian beras meliputi mutu, promosi, harga, rasa, dan pengaruh teman atau keluarga. Dengan demikian diperlukan strategi pemasaran seperti strategi produk berupa perbaikan kualitas, strategi harga, strategi promosi, dan strategi distribusi. Dalam hal ini, peningkatan produksi beras tidak akan efektif bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani dan masyarakat jika tidak diimbangi oleh sistem pemasaran yang efisien. . Pemasaran yang tidak efisien, bentuk pasar yang kurang bersaing sistem kelambangan pemasaran yang tidak sehat merupakan masalah-masalah pemasaran yang pada umumnya berpengaruh terhadap tingkat harga diterima petani. Desa Senganan merupakan daerah penghasil beras merah yang berada di Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Senganan Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan. Lokasi penelitian ini dipilih secara *purposive sampling* atau pengambilan responden secara sengaja karena beberapa pertimbangan diantaranya yaitu di Desa Senganan ini merupakan salah satu wilayah yang tempatnya sangat strategis dan penduduknya sebagian besar adalah petani yang mengelola usahatani beras dan Desa Senganan juga merupakan salah satu penghasil beras hitam dan pelopor komoditas pertanian beras hitam sehingga Desa Senganan menjadi sasaran untuk mengembangkan sub sektor pertanian. Sumber dan jenis data yang digunakan data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, data ini diperoleh melalui pencatatan secara sistematis terhadap data yang dikumpulkan dari pihak lain maupun yang telah ada di lokasi penelitian. Data ini digunakan sebagai penunjang data primer. Populasi yang digunakan dari penelitian ini adalah seluruh petani beras hitam di Subak Merta Tempek Soka Candi di Desa Senganan Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan sebanyak 25 orang. Dalam penelitian ini seluruh populasi dijadikan responden dengan metode sensus.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Senganan merupakan salah satu desa di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan Bali. Secara geografis Desa Senganan terletak pada daerah dataran rendah dengan ketinggian 350-500 meter dari permukaan laut dan membentang dari selatan ke utara dengan luas wilayah 11.800. 00 m². Dengan jenis tanah lantosol lempung berpasir sehingga sangat cocok dengan daerah pertanian untuk teknik budidaya tanaman pangan, perkebunan, sayuran dan lain sebagainya (Senganan.blogspot.com, 2015). Desa senganan merupakan salah satu desa yang membudidayakan beras hitam khususnya di subak Merta Tempek Soka Candi, Pagi Senganan.

Karakteristik Petani Responden

Karakteristik atau identitas responden yang dibahas dalam penelitian meliputi umur, tingkat pendidikan jumlah anggota keluarga, dan pengalaman bertani responden.

Umur Petani Responden

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2003) umur penduduk yang berada dibawah 15 tahun dan penduduk yang berada di atas 64 tahun yang dikelompokkan kedalam umur yang tidak produktif, sedangkan penduduk yang dikelompokkan umur produktif yaitu antara 15-64 tahun. Petani responden sebanyak 25 orang yang diwawancarai diperoleh hasil bahwa semua umur responden berkisar 15-64 tahun. Umur petani responden dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Petani Responden Berdasarkan Usia Produktif dan Non produktif di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan

No	Karakteris Rresponden Kelompok Umur	Jumlah orang	Peresentase (%)
1	<15	0	0
2	15-64	25	25
3	>64	0	0
	Jumlah	25	100

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan responden dapat mempengaruhi pemasaran beras hitam semakin tinggi pendidikan semakin tinggi pula partisipasi responden. Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan tingkat responden dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 3. Distiribusi Petani Responden Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Peresentase (%)
1	SD	4	16
2	SMP	7	28
3	SMA	9	40
4	Perguruan Tinggi	5	16
	Jumlah	25	100

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Berdasarkan Tabel 3 di atas terlihat bahwa petani memiliki tingkat pendidikan paling rendah adalah Sekolah Dasar dan yang paling tinggi adalah Perguruan Tinggi atau Kuliah.

Anggota Keluarga

Anggota keluarga merupakan salah satu sumber tenaga kerja dalam usahatani dan juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi beban keluarga dan juga menyediakan kebutuhan sehari-hari. Semakin besar jumlah

anggota keluarga yang tidak produktif atau tidak bekerja, maka tanggungan keluarga lebih besar sehingga mengharuskan keluarga lebih banyak. Komposisi jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Anggota Keluarga Petani Responden di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan

Tanggungan Keluarga	Jumlah (orang)	Peresentase (%)
2 – 3	9	36
4 – 5	11	44
6 – 7	5	20
Jumlah	25	100

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Berdasarkan Tabel 4. Terdapat 9 orang petani responden yang tanggungan keluarganya 2-3 orang dengan persentase 36%. terdapat 11 orang petani responden yang tanggungan keluarganya 4-5 orang dalam persentase 44%, dan 5 orang petani responden yang tanggungan keluarganya 6-7 orang dalam persentase.

Karakteristik Responden Pedagang

Karakteristik responden pedagang dibagi dalam beberapa bagian yaitu umur responden, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan lama berdagang. Untuk mengetahui karakteristik responden pedagang dilihat dari tabel 5 sebagai berikut.

Umur Petani Responden

Tabel 5. Umur Petani Responden di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan

No	Umur	Jumlah Pedagang	Peresentase (%)
1	25-30	4	50
2	31-35	2	25
3	36-40	2	25
	Jumlah	8	100

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Berdasarkan Tabel 5. di atas menunjukkan bahwa umur pedagang responden termasuk dalam usia produktif, artinya dapat sanggup bekerja untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Terlihat antara usia 25-30 terdapat 4 orang dengan presentase 50%, usia 31-35 terdapat 2 orang dengan persentase 25%, dan usia 36-40 terdapat 2 orang dengan persentase 25%.

Tingkat Pendidikan Pedagang Responden

Tabel 6. Tingkat Pendidikan Pedagang Responden di Desa Senganan, Kecamatan Penebel,

Kabupaten Tabanan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Pendidikan	Peresentase (%)
1	SD	2	25
2	SMP	3	37,5
3	SMA	3	37,5
	Jumlah	8	100

Suber: Diolah dari data primer (2023)

Berdasarkan Tabel 6. di atas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pedagang dibagi 3, dimana tingkat pendidikan pedagang yang terbesar adalah tingkat SMA dengan peresentase 37,5%. Tingkat pendidikan yang terkecil adalah SD dengan peresentase 25%, dan tingkat pendidikan SMP dengan peresentase 37,5%.

Tanggungun Keluarga Pedagang Responden

Tabel 7. Jumlah Tanggungan Keluarga Pedagang Responden di Desa Senganan, Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah Tanggungan	Peresentase (%)
1	1-2	2	25
2	3-4	4	50
3	5-6	2	25
	Jumlah	8	100

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Berdasarkan Tabel 7. di atas menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga yang terbesar adalah 3-4 orang sebanyak 4 responden dengan peresentase 50%, dan diketahui juga bahwa jumlah tanggungan keluarga yang paling kecil adalah 1-2 orang dengan 2 responden dengan peresentase 25%. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang yang mempunyai tanggungan keluarga lebih banyak memiliki kemauan untuk terus bekerja, dan mendapatkan hasil untuk memenuhi kebutuhan keluarganya.

Lama Berdagang

Lama berdagang menunjukkan pengalaman responden dalam menggeluti bidang usahanya. Lamanya berdagang berpengaruh terhadap kemampuan seseorang pedagang dalam menjalankan usaha dan mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada label 8.

Tabel 8. Lama Berdagang Responden di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan

No	Lama Berdagang (tahun)	Jumlah Pedagang (tahun)	Persentase (%)
1	10-20	1	12,5

2	21-30	3	37,5
3	31-40	4	50
	Jumlah	8	100

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Berdasarkan Tabel 8. di atas dituliskan bahwa responden terbanyak dengan lama berdagang 31-40 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 50%, sedangkan responden terendah dengan lama berdagang 10-20 sebanyak 1 orang dengan presentase 12,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman cukup lama dalam berusahatani, dengan pengalaman ini responden mampu mengatasi masalah dalam melakukan usahanya dalam bertani.

Saluran Pemasaran

Pemasaran sangat penting bagi perusahaan atau petani dalam menyalurkan produknya dari tangan produsen ke tangan konsumen, salah satu pembangunan mutlak pertanian adalah pasar. Hasil-hasil pertanian dipasarkan dengan harga yang cukup tinggi. Penjualan beras hitam dilakukan dengan saluran pemasaran yang berbeda-beda antara petani yang satu dengan yang lainnya. Sauran pemasaran dapat berbentuk sederhana maupun sulit, hal ini sering terjadi tergantung pada komoditi dan proses pasarnya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 3 bentuk saluran pemasaran di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali adalah I Produsen → Konsumen, II Produsen → Pengecer → Konsumen, III Produsen → Pengepul → Pengecer → Konsumen akhir.

Dilihat dari saluran pemasaran diatas ada 3 saluran yang digunakan oleh petani di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Berdasarkan saluran pertama, ini merupakan saluran yang paling sederhana atau pendek dan seringkali disebut pemasaran langsung, dimana beras yang sudah di produksi dijual langsung ke konsumen akhir. Saluran pemasaran lebih efisien karena tidak melalui perantara serta tidak memerlukan biaya pemasaran yang besar. Saluran kedua, saluran pemasaran dimulai dari produsen kemudian disalurkan melalui pedagang pengecer selanjutnya di salurkan ke konsumen akhir.

Saluran ketiga, saluran pemasaran dimulai dari produsen kemudian disalurkan melalui pedagang pengecer selanjutnya di salurkan ke konsumen akhir. Saluran pemasaran ke tiga merupakan saluran pemasaran dimulai dari produsen disalurkan melalui pedagang pengepul ke pedagang pengecer selanjutnya disalurkan ke konsumen akhir yang dimana konsumen akhir dari pemasaaan ini adalah masyarakat.

Rantai distribusi dalam pemasaran beras hitam ini ada tiga yaitu, pertama saluran distribusi langsung yakni penyaluran beras dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara, kedua saluran distribusi yakni saluran distribusi yang menggunakan jasa perantara dan ketiga saluran distribusi yakni saluran yang melibatkan perantara dan agen misalnya pedagang untuk menyalurkan beras kepada konsumen dan saluran pemasaran III ini adalah saluran pemasaran terpanjang yang dimana rantai distribusinya yang melibatkan banyak orang. Keberhasilan pemasaran beras dapat dipengaruhi beberapa faktor antara lain pengangkutan, penyimpanan, penjemuran, kualitas/mutu beras dan harga. Saluran pemasaran yang pendek mengakibatkan proses pemasaran

akan lebih efisien. Biaya yang diperlukan dalam proses pemasaran ini dapat ditekan seminimal mungkin. Sesuai dengan hukum ekonomi semakin pendek saluran pemasaran antar produsen dengan konsumen, maka biaya pemasarannya lebih kecil serta nilai jual yang akan didapatkan semakin tinggi. Sekalinya semakin panjang saluran pemasaran yang dilalui oleh komoditi beras, maka biaya pemasarannya pun akan semakin besar. Berarti semakin banyak lembaga pemasaran yang berperan dalam pemasaran beras, maka sistem pemasaran beras tersebut semakin tidak efisien dan nilai jual tingkat produsen cenderung semakin kecil bahkan merugi (Swastha, 2007).

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan selisih harga antara yang diterima petani beras hitam dengan harga yang dibiayai konsumen. Adapun biaya marjin yang diperoleh setiap saluran pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel 9 dibawah ini :

Tabel 9. Biaya Marjin Beras Hitam di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Total Marjin (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
1	Produsen	-	18.000	0	0	0
	Konsumen Akhir	18.000	-	0	0	0
	Jumlah			0	0	0
2	Produsen	-	17.200	-	-	-
	Pedagang Penecer	17.200	18.900	1.700	600	1.100
	Konsumen Akhir	18.900	-	-		-
	Jumlah			1.700	600	1.100
3	Produsen	-	17.800	-	-	-
	Pedagang Pengumpul	17.800	18.100	300	700	400
	Pedagang Pengecer	18.100	19.200	1.100	500	600
	Konsumen Akhir	19.200	-	-		-
	Jumlah			1.400	1.200	1.000
	Total I+II+III			3.100	1.800	2.100

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Secara umum biaya pemasaran merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usahanya untuk mendapatkan hasil maksimal dan biaya merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu alat tukar berupa uang.

Berdasarkan tabel 9. tersebut di atas harga jual beras produsen pertama produksi langsung menjual beras ke konsumen dengan cara mendatangi langsung keruma produsen, dan membeli beras hitam sesuai kebutuhan yang dimana 1Kg sama dengan Rp.18.000/Kg. Sedangkan pada saluran pemasaran II, produsen menjual berasnya melalui pedagang pengecer dengan harga Rp.17.200/Kg, karena akan menjual beras tersebut ke konsumen harga jualnya berbeda lagi yaitu dengan harga Rp.18.100/Kg. Pada saluran pemasaran I produsen yang mempromosi beras juga diasumsi sebagai pedagang.

Saluran pemasaran yang ketiga, produsen menjual beras hitam melalui pedagang pengepul dengan harga Rp17.800/Kg, dan pedagang pengepul menjual beras hitam tersebut ke pedagang pengecer dengan harga Rp.18.100/Kg melalui pedagang pengepul, pedagang pengecer juga menjual beras hitam ke konsumen dengan harga Rp.19.200/Kg.

Saluran pemasaran I tidak mengeluarkan biaya karena produsen menjual beras hitam ke konsumen tanpa melalui perantara. Petani menjual beras hitam kepada konsumen yang ada di sekitaran Desa Senganan dan membeli sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing konsumen. Saluran pemasaran II mengeluarkan biaya sebesar Rp.600/Kg, sedangkan saluran pemasaran III mengeluarkan biaya sebesar Rp.1.200/Kg. biaya tersebut meliputi biaya transportasi atau biaya angkut, biaya tenaga kerja, biaya pengepakan, biaya retribusi dan biaya-biaya lainnya.

Biaya pemasaran pada saluran kedua lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran III. Hal ini disebabkan karena pada saluran pemasaran III lebih banyak lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya seperti pedagang pengepul pedagang pengecer dan konsumen. Besarnya biaya berbeda satu sama disebabkan berbagai macam komoditi, lokasi pemasaran, lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya serta efektifitas pemasaran yang dilakukan. Semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan, maka semakin efektif pemasaran yang dilakukan. Sebaliknya, semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan, maka semakin tidak efektif pemasaran yang dikeluarkan. (Soekartawi, 2002).

Berdasarkan Tabel 9 di atas menunjukkan bahwa margin pada saluran pemasaran perama sebesar Rp.0/Kg dikarenakan konsumen telah membeli beras hitam dengan cara langsung ke konsumen, sedangkan margin pada saluran pemasaran II Rp.1.700/Kg, dan margin pada saluran pemasaran III Rp.1.400/Kg, jadi total margin pemasaran oleh ketiga saluran pemasaran sebesar Rp.3.100/Kg. Margin pemasaran pada saluran kedua lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran III. Hal ini disebabkan karena harga pada konsumen akhir saluran pemasaran III lebih besar dibandingkan dengan saluran pemasaran II. Seperti yang kita ketahui bahwa margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan konsumen dan harga yang diterima produsen serta lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut dalam bentuk rupiah dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem. Semakin pendek saluran

pemasaran semakin sedikit lembaga pemasaran yang terlihat, maka semakin kecil margin pemasaran dan semakin efektif pemasaran yang dilakukan.

Sebaliknya, semakin panjang saluran pemasaran semakin banyak lembaga pemasaran yang terlihat, maka semakin besar margin pemasaran dan semakin tidak efisien pula pemasaran yang dilakukan. (Daniel, 2002). Pada saluran pertama pemasaran tidak memperoleh keuntungan dikarenakan produsen menjual beras hitam ke konsumen dengan secara langsung dan tidak melalui perantara. Sedangkan saluran pemasaran II memperoleh keuntungan sebesar Rp.1.100/Kg diperoleh dari selisih antara margin pemasaran dikurangi dengan biaya pemasaran, sedangkan saluran pemasaran III memperoleh keuntungan sebesar Rp.1.000/Kg. Lembaga pemasaran yang memperoleh keuntungan paling besar adalah pedagang pengecer pada saluran pemasaran II sebesar Rp.1.100/Kg. Akan tetapi keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer saluran pemasaran II juga banyak mengeluarkan biaya, urutan kedua yang memperoleh keuntungan lumayan besar adalah pedagang pengecer pada saluran pemasaran III sebesar Rp.600/Kg, sedangkan lembaga pemasaran yang tidak memperoleh keuntungan sama sekali adalah produsen pada saluran pemasaran I sebesar Rp.0/Kg, hal ini terjadi karena tidak ada biaya tambahan seperti perantara dalam pemasaran. Jadi total keuntungan yang diperoleh dari ketiga saluran pemasaran sebesar Rp.2.100/Kg. Perbedaan keuntungan yang disebabkan oleh pedagang pengepul yang menjual beras hitam dengan harga mahal walaupun pedagang pengepul banyak mengeluarkan biaya pemasaran. Masing-masing lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap pemasaran informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran yang diterima. Perbedaan harga dimasing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi, tergantung besar kecilnya keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat (Soekartawi, 2002).

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi ekonomi dapat diukur dengan nilai presentase margin pemasaran dan bagian yang diterima oleh produsen. Berikut adalah rumus untuk mencari efisiensi atau nilai ekonomi dari suatu barang.

Tabel 10. Efisiensi yang di peroleh Setiap Saluran Pemasaran yang Dilakukan oleh petani di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Efisiensi(%)
I	0	18.000	0
II	600	17.200	3,48
III	1.200	17.800	6,74

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Berdasarkan Tabel 10. Menunjukkan saluran pemasaran I tidak memperoleh efisiensi, sedangkan saluran pemasaran II memperoleh efisiensi sebesar 3,48%, dan saluran pemasaran III memperoleh efisiensi sebesar

6,74%. Berdasarkan hasil penelitian diantara ketiga saluran pemasaran beras hitam di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien terdapat saluran pemasaran II dibandingkan dengan saluran pemasaran III karena pada saluran pemasaran II biaya pemasaran serta harga jual beras kepada konsumen akhir lebih kecil yaitu Rp600/Kg. dan Rp17.200/Kg. Sedangkan pada saluran pemasaran ketiga biaya pemasaran serta harga jual konsumen akhir lebih besar yaitu Rp1.200/Kg dan Rp17.800/Kg.

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran beras dianggap efisien secara ekonomi adalah tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah dan mempunyai nilai presentase bagian yang diterima produsen beras yang tinggi. Jika efisiensi pemasaran kurang dari 50% berarti efisien, dan jika efisiensi pemasaran lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan tidak efisien. (Darmawati, 2005).

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :Dalam pemasaran beras hitam di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan terdapat tiga saluran pemasaran. Saluran pemasaran (I) Produsen → Konsumen, (II) Produsen → Pengecer → Konsumen, (III) Produsen → Pengepul → Pengecer → Konsumen akhir. Margin pemasaran dari penelitian menunjukkan ada 3 bentuk saluran pemasaran, pada saluran pemasaran I diketahui memiliki margin sebesar (nol) 0 di saluran pemasaran tersebut tidak mengeluarkan banyak biaya karena lembaga pemasarannya sangat kecil, saluran pemasaran ke II dengan margin sebesar Rp1.700/Kg, dan keuntungan sebesar Rp.1.100/Kg serta tingkat efisiensi 3,48%, saluran pemasaran ke III dengan margin sebesar Rp.1.400/Kg dan keuntungan Rp.1.000/Kg dengan tingkat efisiensi sebesar 6,74%. Saluran pemasaran pada III memperoleh margin sebesar Rp.3.100/Kg, keuntungan sebesar Rp.2.100/Kg.

Saran

Petani harus lebih aktif lagi dalam mengembangkan beras hitam dalam pasar dan mencari informasi pasar khususnya harga beras, baik di tingkat pedagang pengepul maupun pedagang pengecer sehingga produsen dapat membandingkan lembaga pemasaran mana yang dapat memberikan keuntungan lebih banyak. Untuk pelaku pemasaran disarankan menggunakan lembaga atau saluran pemasaran ke II karena saluran pemasaran tersebut mempunyai nilai margin pemasaran yang lebih tinggi serta memberikan harga keuntungan yang lebih tinggi kepada para petani.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2003. *Tabanan dalam Angka*. BPS Provinsi Bali
- Daniel. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta.
- Darmawati. 2005. *Analisis Pemasaran Mendong di Kabupaten Sleman*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

- Hassan ZA 2014. Produksi, Mutu dan Keamanan Pangan Beras. Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian
- Kang, M.Y., Kim, J H., Rico,C.W., dan Nam, S. H. (2011). A Comparative study on the physicochemical characteristics of black rice varieties. *International Journal of Food properties*, 14, 1241-1352
- Purwanto, Edi, 2010. Ini Dia Berbagai Manfaat Bberas Hitam. [Internet]. [diunduh] 2018 Mar 1]. Tersedia Pada <http://uns.ac.id/id/uns-update/ini-dia-berbagai-manfaat-beras-hitam.html>
- Rusma, J., M Hubies dan B. Suharjo. 2001. Kajian Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Beras Organik di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Manajemen IKM Volume VI No.1*
- Senganan.blogspot.com. 2015. <http://senganan.blogspot.com/2015/07/monografi-desa-senganan>.
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Swastha. 2007. *Azas-Azas Marketing*. Liberty Offset Yogyakarta. Yogyakarta.