

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN BERAS ORGANIK
DI DESA SUMBER SUKO KECAMATAN BELITANG KABUPATEN OGAN
KOMERING ULU TIMUR**

Brendy Niku Gapatutugan⁽¹⁾, Sutarmo Iskandar⁽²⁾, Rahmat Kurniawan⁽³⁾

⁽¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

⁽²⁾Dosen Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

⁽³⁾Dosen Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Email:iskandarsutarmo@yahoo.com/rahmat.kurniawan1@gmail.com

ABSTRACT

Sumbersuko village is one of the villages in the Belitang sub-district of east Oku District South Sumatera Province. This reseacrh was conducted to determine marketing channel of the organic rice in Sumber Suko Village Belitang Sub-District, East Ogan Komering Regency South Sumatera Province. This research was conducted in Sumber Suko Village, Belitang District, East Ogan Komering Ulu Regency, August to September 2018. This method used is case study method. The sampling in this study used the census method, based on data from the Agriculture Service of East Ogan Komering Ulu Regency, the number of organic rice farmers in Belitang Sub-District, Sumber Suko Village which is 40 people. for further sampling at middleman, merchant and consumers used snowball sampling. Processing and analysis of data in this research was carried out by desriptive. The results showed that there were 6 channels of organic rice marketing in Sumber Suko Village, namely: Channel 1 (Farmers – Joint Farmer Group - consumers), channel 2 (Farmers - Joint Farmer Group - retail - consumers), channel 3 (Farmers - middlemen - rice factory - distributors - retailers - consumers), channels 4 (Farmers - middlemen - rice factory - retailers - consumers), channels 5 (Farmers - middlemen – rice factories – retail - consumers) and channels 6 (Farmers - rice factories - distributors - retailers - consumers).

Keyword: Channels, Marketing, Organic Rice

PENDAHULUAN

Universal Declaration of Human Right tahun 1948 dan *Rome Declaration on World Food Security* tahun 1996 menyepakati bahwa setiap individu berhak memperoleh pangan yang cukup. Itulah sebabnya setiap negara di dunia menjadikan pertanian pangan sebagai hal yang sangat penting. Dalam UUD 1945 pasal 34 disebutkan bahwa negara bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan dasar, termasuk pangan.

Pengembangan beras organik di Indonesia sudah cukup pesat, salah satunya

ada di Kabupaten Tasikmalaya yang menjadi salah satu pengekspor beras organik ke berbagai negara seperti Amerika dan Eropa dengan harga yang sangat tinggi yakni Rp.60.000,- per kilogram untuk dijual ke Amerika dan Rp.80.000,- per kilogram untuk dijual ke Eropa. Selain daerah Tasikmalaya beberapa daerah lain juga sudah mengembangkan beras organik salah satunya Kabupaten OKU Timur.

Kabupaten OKU Timur sudah mulai mengembangkan beras organik sejak tahun 2012 Kabupaten OKU Timur memiliki misi menuju pertanian organik dan dalam rangka menyambut Asian Games 2018, beras

organik dari Kabupaten OKU Timur ini disiapkan untuk menjadi salah satu makanan sehat atlet Asian Games 2018.

Dari hasil studi penelitian terdahulu di Dinas Pertanian Kabupaten OKU Timur, dalam proses pemasaran, 5 kecamatan yang terdiri dari kecamatan Belitang, Semendawai Suku II, Buay Madang timur, Semendwai Timur dan Buay Madang memasarkan beras organik hanya di Wilayah OKU Timur, sedangkan Kecamatan Belitang II dan Belitang II memasarkan beras organik di wilayah Palembang dan Kabupaten OKU Timur, serta khusus Desa Sukosari yang pengolaannya dibantu mitra CV. Citaku memasarkan beras organik ke beberapa daerah yaitu Jakarta,, Bali, Bandung, Sumatera Selatan dan Medan. Harga beras organik di Kabupaten OKU Timur yang sampai pada konsumen akhir rata-rata berkisar Rp. 12.500,- sampai Rp 15.000,- per kilogram, sementara itu ditingkat petani harga penjualan Gabah Kering Giling (GBK) berkisar Rp. 7.000,- sampai Rp. 8.000,-. Saat ini pemasaran dan penjualan beras organik di Kabupaten OKU Timur masih mengandalkan pasar tani baik yang diselenggarakan di tingkat Kabupaten maupun Propinsi Sumatera Selatan, selain itu penjualan ditingkat propinsi dibantu oleh Dinas Pertanian Propinsi Sumatera Selatan melalui penyediaan gudang stok bagi masyarakat yang ingin membeli beras organik dengan harga 85.000/5 kg. Di pasar tradisional Kabupaten OKU Timur hanya sedikit pedagang pengecer yang menjual beras organik, selama ini walaupun beras organik sudah menjadi *icon* dari Kabupaten OKU Timur, namun masyarakat masih banyak yang tidak mengenal kemasan beras organik tersebut. Berdasarkan harga jual dapat dilihat bahwa beras organik relatif cukup mahal sehingga konsumennya masih terbatas walaupun beras organik di Kabupaten OKU Timur cukup populer dan banyak diperuntukkan bagi tamu yang

berkunjung ke Kabupaten OKU Timur. Saat ini yang menjadi kendala beras organik di Kabupaten OKU Timur adalah sistem pemasarannya yang masih terbatas karena yang mengkonsumsi beras organik ini hanya orang-orang tertentu sedangkan masyarakat kebanyakan belum mengkonsumsinya.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Propinsi Sumatera Selatan yang merupakan penghasil beras organik sudah tersertifikasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus-Oktober 2018.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif terhadap suatu tempat, organisasi atau gejala tertentu (Sugiyono, 2013). Tujuan penelitian studi kasus ini untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang suatu kondisi atau kejadian, dalam hal ini penelitian studi kasus dilakukan untuk mengetahui secara mendetail mengenai gambaran saluran pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Propinsi Sumatera Selatan.

Penarikan contoh dalam penelitian ini menggunakan metode sensus. Sensus adalah cara pengumpulan data apabila seluruh elemen populasi diselidiki satu per satu. Data yang diperoleh tersebut merupakan hasil pengolahan sensus disebut sebagai data yang sebenarnya (*true value*) (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan data Dinas Pertanian Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur jumlah petani beras organik di Kecamatan Belitang Desa Sumber Suko yaitu 40 orang. Dengan demikian sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 40 orang. Untuk penarikan sampel selanjutnya

ditingkat tengkulak, pedagang dan konsumen dilakukan dengan teknik *snowball sampling*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode observasi dan wawancara. Observasi merupakan pengamatan langsung di lapangan untuk mengamati, memahami, dan menganalisis kondisi objek tanpa memberi perlakuan (Sugiyono, 2013), dalam hal ini yang menjadi objek adalah petani, pedagang pengumpul atau tengkulak, pedagang, pengecer dan konsumen akhir beras organik. Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun telepon (Sugiyono, 2013), dalam penelitian ini teknik wawancara digunakan untuk pengisian alat penelitian berupa kuesioner. Pengumpulan data sekunder dengan cara studi literatur dan dokumentasi.

Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dilakukan pengolahan data deskriptif dengan menganalisis hasil wawancara menggunakan kuesioner untuk mendapatkan informasi tentang saluran pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian, saluran pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko dapat dikelompokkan menjadi 6 saluran, yaitu :

1. Petani – gapoktan – konsumen
2. Petani – gapoktan – retail – konsumen
3. Petani – tengkulak – pabrik beras – distributor – pengecer – konsumen
4. Petani – tengkulak – pabrik beras – pengecer – konsumen
5. Petani – tengkulak – pabrik beras – retail – konsumen

6. Petani – pabrik beras – distributor – pengecer – konsumen

Seluruh saluran pemasaran dimulai dari tingkat petani yang kemudian melakukan penjualan ke 3 lembaga pemasaran yang berbeda, yaitu : gapoktan, tengkulak dan pabrik beras. Dari 40 petani yang menjadi responden terdapat 12 petani yang menjual hasil panennya untuk dikelola oleh gapoktan, 10 petani ke tengkulak dan 18 petani yang menjual hasil panen langsung kepada lembaga pemasaran pabrik beras.

Pada saluran 1 petani melakukan penjualan kepada gapoktan. Petani yang menjual kepada gapoktan pada umumnya adalah petani yang tergabung dalam pengurus gapoktan. Penjualan hasil pertanian ke gapoktan bertujuan untuk menjaga persediaan beras organik di gapoktan yang nantinya akan digunakan dalam rangka pengenalan produk beras organik kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan sehingga volume penjualan kepada gapoktan juga terbatas. Penjualan hasil pertanian beras organik ke Gapoktan ini juga untuk menjaga keberlangsungan Gapoktan karena Gapoktan di Desa Sumber Suko bukan hanya sebagai lembaga yang menghimpun petani beras organik tetapi Gapoktan juga berperan dalam proses jual beli beras organik di masyarakat dan Gapoktan juga dipercaya sebagai perwakilan kabupaten OKU Timur dalam memperkenalkan produk beras organik di berbagai kegiatan. Dengan saluran pemasaran yang cukup pendek ini memungkinkan masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani dan Gapoktan mendapatkan keuntungan lebih besar tapi daya serap yang dimiliki cukup kecil.

Pada saluran 2 petani juga melakukan penjualan kepada gapoktan dengan tujuan yang sama namun pada saluran 2 ini melibatkan lembaga pemasaran lain yaitu retail. Retail dalam saluran pemasaran 2 yang terlibat adalah 212 mart. Retail ini

melakukan penjualan beras organik dengan salah satu sumber pemasoknya adalah Gapoktan. Harga jual yang diberikan Gapoktan antara menjual langsung ke konsumen dengan menjual ke retail berbeda hal ini menyebabkan harga jual di retail lebih tinggi, namun masyarakat dapat lebih mudah mendapatkan akses untuk pembelian di retail dibandingkan jika harus membeli ke Gapoktan secara langsung.

Pada saluran 3 petani melakukan penjualan pada tengkulak. Pada umumnya petani yang melakukan penjualan kepada tengkulak adalah petani yang memiliki keterbatasan untuk angkutan menuju pabrik beras namun tidak menutup kemungkinan juga penjualan kepada tengkulak ini dilakukan karena transaksi yang lebih mudah dan cepat, akan tetapi harga jual juga menjadi lebih murah. Selanjutnya tengkulak melakukan penjualan kepada pabrik beras yang ada di desa Sumber Suko. Pabrik beras ini sendiri mulai beroperasi 2017. Pola penjualan dari petani ke tengkulak dan dari tengkulak ke pabrik beras ini juga terjadi pada saluran 4 dan 5 dengan harga jual dari tengkulak ke pabrik beras. Selanjutnya ditingkat pabrik beras harga jual beras organik yang sudah diolah memiliki perbedaan tergantung pada jenis lembaga pemasaran selanjutnya yang melakukan pembelian. Pada saluran 3 penjualan beras dari Pabrik beras ke distributor tidak langsung kepada konsumen akhir melainkan melalui pengecer. Produk beras organik yang dikeluarkan oleh Pabrik beras dikemas dalam kemasan 5kg. Pada saluran 3 yang melibatkan banyak lembaga yaitu pabrik beras, distributor dan pengecer menyebabkan harga beras organik di masyarakat menjadi cukup tinggi, namun dengan kehadiran lembaga pemasaran yang lebih banyak ini masyarakat menjadi lebih mudah untuk mendapatkan atau membeli beras organik. Hal yang sama juga terjadi pada saluran pemasaran 4 dan 5 yang melibatkan 4 saluran pemasaran, banyaknya

saluran pemasaran yang terlibat akan menyebabkan produk beras organik ini semakin dikenal oleh masyarakat karena di Kabupaten OKU Timur sendiri sebagian besar masyarakat masih belum mengetahui dimana mereka bisa membeli beras organik, akan tetapi harga yang lebih tinggi dibandingkan harga beras biasa yang sering dikonsumsi juga menyebabkan masyarakat tidak terlalu tertarik untuk membelinya. Untuk di luar Kabupaten OKU Timur, melalui lembaga pemasaran yang terlibat di luar daerah seperti Distributor luar sangat membantu untuk memperkenalkan beras organik sebagai *icon* dari Kabupaten OKU Timur.

Pada saluran 6 petani melakukan penjualan langsung kepada pabrik beras sehingga harga jual yang diterima juga jauh lebih tinggi tapi ongkos yang dikeluarkan petani juga lebih besar dibandingkan petani yang hanya menjual ke tengkulak selanjutnya dari pabrik beras pembelian dilakukan oleh distributor dan pengecer.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian diatas mengenai analisis efisiensi pemasaran beras organik di Kecamatan Belitang, maka dapat disimpulkan bahwa :nTerdapat 6 saluran pemasaran beras organik di Kecamatan Belitang, yaitu :

- a. Petani – gapoktan – konsumen
- b. Petani – gapoktan – retail – konsumen
- c. Petani – tengkulak – pabrik beras – distributor – pengecer – konsumen
- d. Petani – tengkulak – pabrik beras – pengecer – konsumen
- e. Petani – tengkulak – pabrik beras – retail – konsumen
- f. Petani – pabrik beras – distributor – pengecer – konsumen

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini maka disarankan untuk :

1. Pemerintah daerah membantu dalam mengatur lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran beras organik agar keberadaan beras organik dimasyarakat dapat lebih merata.
2. Peneliti selanjutnya agar dapat menganalisis lebih lanjut terhadap usaha tani beras organik secara menyeluruh di Kecamatan Belitang terutama untuk mengetahui struktur pasar, perilaku pasar dan fungsi lembaga pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Dinas Pertanian Kabupaten OKU Timur. 2017. Daftar Kecamatan Penghasil Beras Organik di Kabupaten OKU Timur Tahun 2017. Dinas Pertanian Kabupaten OKU Timur, Martapura, Sumatera Selatan.

Kabar OKU Timur. HM Kholid MD: OKUT Siap Penuhi Kebutuhan Beras Organik Asian Games 2018. Kabar OKU Timur (surat kabar *online* http://kabaroku_timur.com, diakses 13 Desember 2016)

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung, Indonesia.