

Analisis Komparasi Distribusi Keuntungan Penjualan Gabah dan Beras di Kabupaten Musi Rawas

Ira Primalasari¹, Vera Octalia²

^{1,2}Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Silampari, Lubuklinggau, Indonesia

Email: ¹iraprimalasari20@gmail.com, ^{2*}veraoctalia1@gmail.com

Abstract

Musi Rawas Regency is one of the regencies that has experienced significant growth in agriculture, especially rice. The choice to sell in the form of grain or rice is a strategic decision for farmers because it concerns production efficiency, potential profits, and risks that must be faced. This study aims to provide a comparative analysis quantitatively and qualitatively of both forms of sales, including considering cost factors, distribution models and supporting institutions in Musi Rawas Regency. The determination of the farmer sample in this study used purposive random sampling of 75 people. The data sources in this study used primary and secondary data. The research results show that selling unhusked rice is more profitable for farmers if done directly, with a 100% profit margin (farmer to Bulog). Unhusked rice sales are more profitable because they don't require post-harvest activities. This differs from selling rice, which requires post-harvest handling and therefore incurs costs. There are three profit comparison models for rice sales: 70%/30%, 50%/50%, and 30%/70%. The largest marketing margin is located in marketing channel 1, with a total margin of Rp 5,300, while the smallest total margin is in marketing channel 3, namely Rp 2,000. From the analysis results, it is known that the marketing margin of agricultural products is influenced by the number of marketing institutions involved, transportation costs. High margins do not necessarily indicate inefficiency, but may reflect the high operational costs and risks borne by intermediaries.

Keywords: Comparison, Distribution, Profit, Grain Sales, Rice Sales.

Abstrak

Kabupaten Musi Rawas menjadi salah satu Kabupaten yang cukup mengalami peningkatan dalam hal pertanian, terutama padi dan beras. Pilihan untuk menjual dalam bentuk gabah atau beras menjadi keputusan strategis bagi petani karena menyangkut efisiensi produksi, potensi keuntungan, serta risiko yang harus dihadapi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis komparatif secara kuantitatif dan kualitatif terhadap kedua bentuk penjualan tersebut, termasuk mempertimbangkan faktor biaya, model distribusi dan kelembagaan pendukung di Kabupaten Musi Rawas. Penentuan sampel petani dalam penelitian ini menggunakan purposive random sampling sebanyak 75 orang. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan gabah lebih menguntungkan bagi petani, jika dilakukan secara langsung dengan keuntungan 100% (petani ke Bulog). Penjualan gabah lebih menguntungkan dikarenakan tidak memerlukan kegiatan pasca panen. Berbeda halnya dengan penjualan beras yang memerlukan penanganan pasca panen sehingga adanya biaya yang harus dikeluarkan. Penjualan beras terdapat tiga model komparasi keuntungannya yakni model 70%/30 %, 50%/50% dan 30%/70%. Besaran margin pemasaran terbesar terletak pada saluran pemasaran 1 yaitu dengan total margin sebesar Rp 5.300, sedangkan total margin terkecil pada saluran pemasaran 3 yaitu Rp 2.000. Dari hasil analisis diketahui bahwa margin pemasaran produk pertanian dipengaruhi oleh jumlah lembaga pemasaran yang terlibat, biaya transportasi. Margin yang tinggi tidak selalu menunjukkan ketidakefisienan, tetapi dapat mencerminkan besarnya biaya operasional dan resiko yang ditanggung oleh pedagang perantara.

Kata kunci : Komparasi, Distribusi, Keuntungan, Penjualan Gabah, Penjualan Beras.

1. PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor penting dalam struktur perekonomian Indonesia, khususnya di daerah-daerah yang berbasis agraris. Salah satu komoditas utama yang dihasilkan adalah padi. Menurut (Galuh Dyah Pratiwi, Kusnandar, 2021), (Hendrawan et al., 2024), (Michi Iskandar Putri et al., 2024) menyatakan bahwa padi memegang peranan penting dalam penyediaan pangan yang mendukung ketahanan pangan nasional, karena mengingat bahan makanan pokok yang paling banyak dikonsumsi adalah beras. Padi menjadi tanaman yang kemudian dapat dijual dalam bentuk gabah atau diolah lebih lanjut menjadi beras. Kabupaten Musi Rawas menjadi salah satu Kabupaten yang cukup mengalami peningkatan dalam hal pertanian, terutama padi dan beras. Hal ini terlihat pada produksi padi Kabupaten Musi Rawas pada tahun 2024 yang mengalami peningkatan sebanyak 76,64 ribu ton atau 2,71 persen dibandingkan tahun 2023. Pada tahun 2023 produksi padi sebanyak 2,83 juta ton gabah kering giling (GKG), sedangkan produksi padi tahun 2024 sebanyak 2,91 ton GKG. Sedangkan untuk produksi beras pada tahun 2024 untuk konsumsi pangan penduduk mencapai 1,67 juta ton, mengalami peningkatan sebanyak 44,01 ton atau 2,71 persen dibandingkan produksi beras pada tahun 2023 sebanyak 1,63 juta ton (Statistik, 2024). Usahatani dikatakan menguntungkan apabila selisih antara penerimaan dengan pengeluarannya bernilai positif. Pendapatan usahatani padi tersebut dianalisis dengan menggunakan konsep pendapatan atas biaya tunai dan pendapatan atas biaya total. Beberapa studi menyoroti perbedaan margin keuntungan antara petani, pedagang pengumpul, penggilingan, hingga pedagang besar (Vian et al., 2021); (Hendrawan et al., 2024)).

Pilihan untuk menjual dalam bentuk gabah atau beras menjadi keputusan strategis bagi petani karena menyangkut efisiensi produksi, potensi keuntungan, serta risiko yang harus dihadapi. Menjual gabah memberikan keuntungan dari sisi waktu dan proses, karena tidak memerlukan pengolahan lebih lanjut. Namun, harga jual persatuan berat biasanya lebih rendah dibandingkan beras. Sebaliknya, menjual beras memerlukan proses penggilingan dan sortasi yang menambah biaya dan risiko, tetapi memiliki potensi harga jual yang lebih tinggi. Dengan demikian, perbandingan antara kedua bentuk penjualan ini tidak bisa hanya dilihat dari harga semata, melainkan juga dari struktur biaya, potensi kerugian (seperti susut hasil), dan dukungan kelembagaan yang ada.

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan komparasi keuntungan dilakukan oleh (Budiyo et al., 2023), (Hendrawan et al., 2024), (Vian et al., 2021) yang menyatakan bahwa petani yang menggunakan modal sendiri memiliki keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan petani yang mengakses pembiayaan usahatani dengan Lembaga keuangan mikro. Penelitian lain oleh (Michi Iskandar Putri et al., 2024), (Widyastuti et al., 2020), (Lapamudi Hardiyanti Boekoesoe & Bakari, 2020) petani yang menjual produk olahan memiliki tingkat keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang masih mentah.

Sebagian besar penelitian terdahulu pada topik ini dilakukan di Jawa Tengah, Jawa Barat dan Sumatera Barat. Meskipun kajian mengenai analisis keuntungan usaha tani dan komparasi nilai produk pertanian telah banyak dilakukan, Sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada wilayah lain di Indonesia serta pada komoditas yang berbeda, seperti komoditas rumput laut, gambir, bawang merah. Dengan kata lain literatur yang ada lebih banyak membandingkan *value added processing* daripada dua bentuk produk dalam rantai nilai yang sama pada satu komoditas utama. Sementara itu, Kabupaten Musi Rawas sebagai salah satu sentra produksi padi Sumatera Selatan justru belum banyak mendapatkan perhatian terkait analisis komparatif antara penjualan gabah dan beras hasil penggilingan. Padahal keputusan petani untuk menjual gabah atau mengolahnya menjadi beras sangat menentukan tingkat keuntungan, efisiensi usaha serta

kelangsungan ekonomi rumah tangga petani. Hingga saat ini kajian komprehensif yang secara langsung membandingkan aspek biaya, pendapatan, keuntungan antara gabah dan beras di Musi Rawas belum ditemukan atau masih sangat terbatas. Selain itu, karakteristik lokal Musi Rawas seperti struktur pasar gabah, akses penggilingan padi, skala produksi petani, serta variasi harga di tingkat konsumen menjadikannya berbeda dari daerah lain. Variabelitas ini dapat menghasilkan temuan yang tidak dapat digeneralisasi dari penelitian di wilayah lain. Dengan demikian, nilai kebaruan dari penelitian ini yaitu 1). Memberikan gambaran empiris mengenai pilihan ekonomi yang menguntungkan bagi petani di Musi Rawas, 2) Menyediakan dasar ilmiah bagi pengambil kebijakan lokal dalam pengembangan agroindustri padi dan peningkatan kesejahteraan petani. 3) Menganalisis Rantai produksi padi secara spesifik pada level daerah sentra, bukan pada konteks nasional atau produk olahan.

Hal ini menarik untuk diteliti dengan cara menganalisis komparasi distribusi keuntungan gabah dan beras secara simultan. Padahal perbedaan bentuk produk (primer dan olahan) akan sangat mempengaruhi margin keuntungan di setiap aktor rantai pemasaran. Sebagian penelitian masih menggunakan pendekatan analisis deskriptif sederhana tanpa memperhitungkan variasi harga input-output, biaya distribusi, dan nilai tambah di tiap aktor rantai pasok. Oleh karena itu diperlukan analisis dengan metode yang lebih komprehensif seperti analisis margin pemasaran, farmer's share dan rasio keuntungan agar diperoleh gambaran yang lebih akurat.

Dengan demikian masalah utama dalam penelitian ini adalah ketidakjelasan mengenai pilihan ekonomi yang paling menguntungkan bagi petani Musi Rawas, baik dari sisi indikator kuantitatif maupun pertimbangan kualitatif. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk 1) Menganalisis dan membandingkan margin pemasaran antara rantai pemasaran gabah dan beras di Kabupaten Musi Rawas untuk mengetahui sejauh mana nilai tambah mengalir dari petani ke pelaku pasar berikutnya. 2) Menghitung dan membandingkan farmer's Share pada dua jalur pemasaran tersebut untuk menilai proporsi harga akhir yang diterima petani. 3) Menganalisis rasio keuntungan usahatani padi pada dua scenario penjualan gabah dan penjualan beras untuk menentukan opsi yang paling menguntungkan secara finansial. 4) Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor kualitatif yang mempengaruhi keputusan petani dalam memilih menjual gabah dan beras. 5) Melakukan analisis komparatif menyeluruh antara gabah dan beras berdasarkan integrasi indikator kuantitatif dan temuan kualitatif.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Sampel Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Kabupaten Musi Rawas, dengan wilayah tiga kecamatan sentra beras, yaitu Kecamatan Purwodadi, Kecamatan Tugumulyo dan Kecamatan Muara Beliti. Wilayah ini dipilih dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut merupakan wilayah yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani padi. Penentuan sampel petani dalam penelitian ini menggunakan purposive random sampling sebanyak 75 orang, sedangkan untuk sampel pedagang perantara, seperti penggilingan, distributor dan pedagang pengumpul menggunakan

Teknik *snowball sampling*. Alasan menggunakan teknik *snowball sampling* ini karena populasi sulit diidentifikasi dan tidak memiliki daftar resmi, banyak pedagang yang bersifat musiman, berpindah lokasi atau bekerja tanpa izin usaha resmi. Selain itu sampel pedagang perantara ini diperoleh melalui jaringan sosial responden yang dimulai dari pelaku kunci (misal; satu [penggilingan besar atau pengepul utama], kemudian meminta rekomendasi pelaku lain yang terhubung secara langsung sehingga semua mata rantai teridentifikasi, dan sangat bergantung pada referensi dari responden awal.

Dengan mekanisme rekomendasi antar pelaku, snowball sampling memastikan bahwa setiap level rantai pasok terjangkau, karena penggilingan mengenal pengepul pemasaknya, pengepul mengenal petani dan pedagang yang mereka layani, distributor mengenal penggilingan yang memasok beras. Hasilnya peneliti mendapatkan representasi rantai pasok yang lengkap, meskipun tidak secara statistik probabiliti.

2.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian menggunakan mix method yaitu metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan keuntungan yang diterima oleh setiap aktor yang terlibat dalam pemasaran gabah dan beras, selain itu juga untuk memperoleh informasi mengenai harga agar dapat menghitung margin pemasaran. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menjelaskan rangkaian alur distribusi pemasaran yang terjadi dalam penjualan gabah dan beras di Kabupaten Musi Rawas.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung oleh aktor yang terlibat seperti petani, tengkulak, pengecer, distributor. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung seperti data dari BPS, dinas pertanian dan instansi yang terkait dengan topik penelitian

Kemudian untuk mengetahui keuntungan ataupun kerugian penjualan padi dan beras digunakan rumus (Fanindi, D I., M F L, Sondakh., 2018)

Keuntungan usahatani dihitung melalui R/C Ratio, yaitu perbandingan antara total penerimaan (*Revenue*) dan total biaya (*Cost*). dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} a &= R/C \\ &= (P_y.Y)/(FC+VC) \end{aligned} \quad (1)$$

Apabila :

$R/C = 1$, berarti penjualan beras dan padi ini tidak untung atau tidak rugi

$R/C < 1$, berarti penjualan beras dan padi ini rugi

$R/C > 1$, berarti penjualan beras dan padi ini untung

Dimana:

a = *Revenue Cost Ratio*

R = *Revenue* / Penerimaan

C = *Cost* / Biaya

P_y = *Output Price* / harga Output

Y = jumlah *Output*

FC = *Fixed Cost* / Biaya Tetap

VC = *Variable Cost* / Biaya variabel

Analisis data untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu margin pemasaran, maka analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus (Irpan, Dewi P.S., Hasriani, 2018) Margin pemasaran adalah selisih antara harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat petani, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M = H_p - H_b \quad (2)$$

Ket:

M = Margin Pemasaran

Hp = Harga jual di tingkat petani

Hb = Harga beli di tingkat konsumen

Farmer's Share merupakan perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen. Dinyatakan dalam presentase (Yunita & Noviar, 2021). *Farmer's share* yaitu persentase bagian harga konsumen yang diterima oleh petani. Dapat di tulis dengan rumus sebagai berikut;

$$Fs = (Price\ Farmer\ (Pf))/(Price\ Consumen\ (Pc)) \times 100\% \quad (3)$$

Ket;

Fs : *Farmer's Share*

Pf : Harga Jual Pada Tingkat Petani/Produsen

Pc : Harga Beli pada Tingkat Konsumen

Kriteria nilai farmer's share > 50% maka pemasaran dapat dikatakan efisien, namun apabila nilai farmer's share < 50% maka saluran pemasaran dikatakan belum efisien (Asmarantaka, 2012).

Analisis deskriptif kualitatif, digunakan untuk mengetahui pola model komparasi distribusi keuntungan yang terjadi di lapangan secara aktual (Hasriani, 2018) Komparatif dilakukan dengan metode tabulasi silang dan grafik distribusi. Data yang telah diperoleh diuraikan secara sistematis dan terperinci, kemudian disusun ke dalam format yang lebih mudah untuk dipahami mengenai saluran distribusi penjualan gabah dan beras.

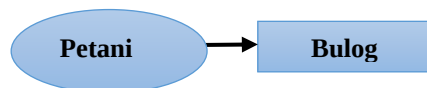
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Saluran Pemasaran Gabah dan Beras di Kabupaten Musi Rawas

Saluran pemasaran gabah dan beras merupakan rantai atau alur pemasaran yang terjadi, mulai dari petani sampai ke konsumen. Dalam saluran pemasaran terdapat Lembaga pemasaran yang terlibat. Lembaga pemasaran yang berperan dalam penyaluran hasil panen petani di Kabupaten Musi Rawas terdiri dari petani, pedagang pengepul, tengkulak, pedagang pengecer, dan konsumen.

3.1.1 Saluran pemasaran Gabah di Kabupaten Musi Rawas

Analisis saluran pemasaran ini ditelusuri melalui saluran pemasaran gabah mulai dari petani hingga sampai pada konsumen (Bulog). Untuk lebih jelasnya mengenai saluran pemasaran gabah dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Saluran Pemasaran Gabah

Berdasarkan Gambar 1 di atas, menunjukkan saluran pemasaran gabah dari petani ke bulog. Hasil panen petani diambil oleh tim bulog dalam bentuk Gabah Basah Panen, pengambilan oleh bulog dilakukan dengan menggunakan mobil dan tenaga kerja untuk mengangkut gabah yang berasal dari bulog itu sendiri. Ada beberapa proses yang harus dilakukan Ketika petani akan menjual gabahnya ke bulog, yaitu petani harus menghubungi pihak penyuluh untuk didaftarkan ke bulog, data yang diminta yaitu KTP, luas lahan, nomor rekening dan jumlah gabah yang akan dijual.

Proses penjualan gabah didampingi oleh penyuluh pertanian. Biasanya, jika hari minggu petani akan panen, maka hari senin (hari kerja) tim bulog akan mengambil gabah ke petani, setelah itu 3 hari kemudian bulog akan mentransfer uang melalui rekening

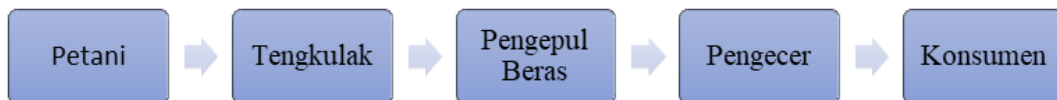
petani. Petani menjual gabah ke bulog dengan harga acuan dari pemerintah sebesar Rp. 6.500,-. Ada juga petani yang menjual langsung gabah kepada konsumen. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi petani karena harganya lebih besar yaitu Rp 10.000,-. Namun jumlah yang dibeli konsumen biasanya hanya sedikit. Hal ini dikarenakan gabah yang dibeli biasanya akan dijadikan bibit bukan untuk dikonsumsi ataupun dipasarkan kembali. Penjualan gabah langsung ke bulog dapat mengurangi resiko anjlok harga saat panen raya. Keuntungan yang didapat oleh petani dalam hal ini 100%, dikarenakan bulog mengambil langsung setelah panen (Gabah basah) sehingga tidak adanya biaya pascapanen yang diberlakukan dalam proses pengambilan tersebut.

3.1.1 Saluran Pemasaran Beras di Kabupaten Musi Rawas

Saluran pemasaran beras merupakan alur rantai yang terjadi pada penjualan beras mulai dari petani sampai ke konsumen. Menurut Gurning et,al (2024) menyatakan bahwa peran utama dari saluran pemasaran terletak pada kemampuannya mengonversi pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan. Saluran ini tidak hanya bertugas memenuhi kebutuhan pasar, melainkan juga berperan aktif dalam menciptakan pasar. Dalam proses tersebut, petani dan pelaku pemasaran saling bergantung sama lain. Dengan didorong oleh motif keuntungan, keduanya berupaya mengelola kegiatan usaha untuk mencapai laba maksimal. Ada beberapa aktor pemasaran yang terlibat dalam penjualan beras di Kabupaten Musi Rawas yaitu tengkulak, pengecer, pengepul beras. Berikut gambar saluran pemasaran beras di Kabupaten Musi Rawas. Saluran pemasaran beras yang ada di Kabupaten Musi Rawas. Ada beberapa variasi saluran pemasaran beras yang terjadi yaitu:

1. Saluran Panjang

Saluran pemasaran Panjang ini melibatkan banyak pedagang perantara beras sebelum sampai ke konsumen. Berikut merupakan diagram alir dari saluran Panjang dalam pemasaran beras.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Beras Variasi Panjang

Berdasarkan Gambar 2 di atas menunjukkan alir pemasaran beras, dimana petani menjual beras ke pedagang tengkulak, kemudian pedagang tengkulak menjual Kembali ke pedagang pengepul beras, setelah itu pedagang pengecer membeli beras ke pedagang pengepul yang kemudian dijual oleh konsumen. Petani memilih menjual kepada tengkulak dikarenakan jumlah yang membutuhkan dana cepat dan beras yang dijual tidak terlalu banyak yaitu kurang dari 100 kg. Menurut Rini et al, (2023), faktor jarak antara petani ke konsumen dapat menyebabkan saluran pemasaran yang panjang.

2. Saluran sedang

Pada saluran pemasaran ini ada dua pedagang perantara yang terlibat dalam pemasaran beras, yaitu pengepul beras dan pedagang pengecer. Berikut merupakan diagram alir saluran pemasaran sedang dalam pemasaran beras.



Gambar 3. Saluran Pemasaran Beras Variasi Sedang

Pada Gambar 3 di atas menunjukkan aliran pemasaran beras yang terjadi. Petani yang telah panen akan menjual beras ke pedagang pengepul. Pedagang pengepul biasanya membeli beras dalam jumlah yang besar. Pedagang pengepul beras menjual Kembali berasnya ke luar daerah. Selain itu pedagang pengepul juga menjual beras ke pedagang pengecer yang sudah menjadi langganan.

3. Saluran pendek

Pada saluran pemasaran dengan variasi pendek ini, lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengecer. Berikut diagram alir saluran pemasaran pendek pada pemasaran beras.



Gambar 4. Saluran Pemasaran Beras Variasi Pendek

Pada Gambar 4, menunjukkan aliran penjualan mulai dari Petani yang menjual beras ke pengecer dan pengecer Kembali menjualnya ke konsumen. Pada saluran ini dibutuhkan kekonsistenan antara petani dengan pengecer dalam hal jumlah beras yang dijual. Hasil penemuan di lapangan menunjukkan bahwa saluran pemasaran ini dilakukan petani Ketika dalam keadaan mendesak butuh dana yang cepat. Biasanya petani langsung menjual beras ke warung terdekat.

4. Saluran langsung

Hasil penemuan di lapangan menunjukkan saluran pemasaran secara langsung kepada konsumen. Berikut diagram alir saluran pemasaran langsung dalam pemasaran beras.



Gambar 5. Saluran Pemasaran Beras Variasi Langsung

Pada Gambar 5 di atas, menunjukkan bahwa Petani menjual beras langsung kepada konsumen. Namun dalam saluran ini volume penjualan terbatas, beras yang dijual tidak banyak dan hanya cukup untuk dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan konsumen, misalnya hanya membeli dengan kisaran 1kg sampai 10 kg saja untuk masak selama 1 bulan.

3.2 Komparasi Keuntungan Penjualan Gabah dan Beras di Kabupaten Musi Rawas

Komparasi keuntungan penjualan gabah dan beras dihitung dengan tujuan untuk mengetahui keuntungan yang lebih besar. Apakah menguntungkan menjual gabah dengan harga sesuai peraturan pemerintah, atau menjual beras dengan harga yang berfluktuasi sesuai dengan harga pasar. Untuk lebih detailnya, berikut rincian perbandingan keuntungan penjualan gabah dan penjualan beras di Kabupaten Musi Rawas.

Tabel 1. Keuntungan petani pada penjualan gabah di Kabupaten Musi Rawas

Indikator	Keterangan
Pelaku rantai nilai	Petani ke Bulog
Jumlah Produksi (Kg)	1.000
Harga Beli (Rp/Kg)	-
Harga jual (Rp/Kg)	6.500
Keuntungan	6.500.000

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1 di atas menunjukkan keuntungan yang diperoleh petani ketika menjual gabah langsung ke bulog. Hasil produksi gabah kering panen sebesar 1.000 kg dijual dengan harga Rp. 6.500,-, maka keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 6.500.000,-. Keuntungan 100% persen diterima oleh petani. Hal ini dikarenakan tidak ada tambahan biaya pasca panen yang harus dikeluarkan oleh petani, yaitu biaya penjemuran, biaya penggilingan dan biaya penyimpanan.

Berdasarkan temuan di lapangan menunjukkan bahwa ada beberapa kelebihan dan kekurangan petani melakukan penjualan gabah. Kelebihannya yaitu gabah hasil panen lebih cepat untuk dijual langsung tanpa mengurangi biaya investasi dan resiko kehilangan hasil karena penyimpanan yang buruk, tidak membutuhkan fasilitas tambahan yaitu menyewa mesin penggiling, gudang penyimpanan dan mesin pengeringan. mengurangi resiko kerusakan karena gabah tahan disimpan dalam jangka pendek dibandingkan beras yang lebih mudah terserang kutu dan merusak kualitas. Ketika menjual gabah langsung, petani dapat merasakan dan melihat hasil produksinya berupa pendapatan langsung.

Adapun kekurangan yang diterima petani Ketika menjual gabah yaitu petani tidak memperoleh nilai tambah dari penggilingan berupa dedak (pakan ternak). Namun nilai tambah ini tidak terlalu beresiko untuk petani yang tidak memiliki peliharaan ternak yang banyak. Sejalan dengan penelitian Suhartatik (2022), menyatakan bahwa petani lebih memilih menjual hasil panennya dalam bentuk gabah, karena prosesnya lebih singkat dan uang dapat segera diterima. Bagi petani padi, kecepatan memperoleh hasil penjualan merupakan hal yang sangat penting.

Tabel 2. Keuntungan petani pada penjualan beras di Kabupaten Musi Rawas

Pelaku rantai nilai	Jumlah produksi (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga jual (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/MT)	Total Biaya pasca panen (Rp/MT)	Keuntungan (Rp/MT)
Petani	630	-	11.200	7.056.000	1.293.920	5.762.080
Tengkulak	480	11.200	13.000	6.240.000	120.000	6.120.000
Pengepul	450	13.000	14.500	6.525.000	135.000	6.390.000
Pengecer	400	14.500	16.500	6.600.000	150.000	6.450.000

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan besaran keuntungan yang diperoleh petani pada penjualan beras. Hasil menunjukkan bahwa jumlah produksi beras hasil rendemen sebesar 630 kg, dengan harga sebesar Rp 11.200,-, maka jumlah penerimaan yang diterima petani sebesar Rp 7.056.000,-. Total penerimaan ini tidak sepenuhnya di terima petani, karena harus dipotong dengan jumlah total biaya pasca panen (penjemuran, penggilingan, penyimpanan) sebesar Rp 1.293.920,-, biaya penggilingan sebesar 7% dari jumlah beras yang digiling. Sehingga total keuntungan yang diterima oleh petani sebesar Rp 5.762.080,-. Hasil di lapangan menunjukkan bahwa menjual dalam bentuk beras tidaklah terlalu sulit, walaupun terkadang harga berfluktuasi. Beras merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang sulit digantikan dengan makanan sumber karbohidat lain seperti singkong dan jagung. Disisi lain harga beras cenderung stabil dan diawasi oleh pemerintah, sehingga keuntungan yang diperoleh per kilogram tidak terlalu tinggi. Beras yang dibeli oleh pedagang perantara tidak dijual semua, hal ini dikarenakan adanya penyusutan kerusakan yang terjadi pada beras, seperti beras terkena kutu dan serangga yang lain. Sejalan dengan (Mastar, S., & Sari, R., 2022) yang menyatakan bahwa biaya penyusutan muncul ketika beras terserang kutu.

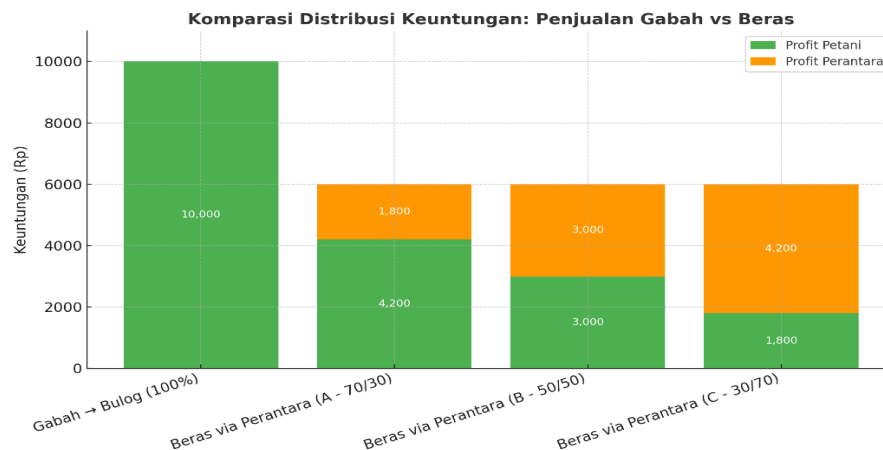
Penjualan gabah dan beras di Kabupaten Musi Rawas memiliki karakteristik keuntungan yang berbeda-beda tergantung dengan modal, waktu dan strategi penjualan yang digunakan. Gabah, sebagai hasil panen padi sebelum digiling umumnya lebih cepat untuk dijual langsung. Modal pasca panen yang dikeluarkan relatif kecil karena tidak

memerlukan biaya tambahan pasca panen untuk proses penggilingan, penjemuran dan penyimpanan jangka Panjang (Wuryantoro, W., & Candra, A., 2021). Namun harga jual gabah lebih rendah dibandingkan dengan harga beras. Sebaliknya beras sebagai produk jadi memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan dipasarkan ke segmen yang lebih luas, seperti rumah tangga, pedagang eceran, hingga ke pasar modern. Meskipun demikian penjualan beras menuntut modal yang lebih besar karena membutuhkan biaya pasca panen yang lebih agar kualitas beras tidak menurun.

Penjualan beras lebih sesuai bagi pelaku usaha yang memiliki modal lebih besar dan berorientasi pada keuntungan jangka panjang. Sejalan dengan penelitian Heryanto, et al (2025) yang menyatakan bahwa jika harga Gabah Kering Panen tinggi maka akan meningkatkan pendapatan petani sehingga kesejahteraan petani padi juga akan semakin meningkat. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga gabah yaitu biaya produktivitas, kondisi sosial ekonomi dan kebijakan pemerintah itu sendiri.

3.3 Model komparasi distribusi keuntungan penjualan gabah dan beras

Model komparasi distribusi keuntungan digunakan untuk membandingkan besarnya keuntungan yang diperoleh oleh petani dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam penjualan beras dan penjualan gabah. Berikut model komparasi keuntungannya.



Ket : Hijau = keuntungan petani,

Orange = keuntungan perantara

Gambar 3. komparasi distribusi keuntungan penjualan gabah (langsung ke Bulog) dan beras (via perantara).

Penjualan gabah langsung oleh petani ke bulog memperoleh keuntungan tertinggi, hal ini terjadi karena proses pasca panen yang singkat dan tidak membutuhkan biaya yang banyak, selain itu juga karena tidak ada lembaga pemasaran yang terlibat dalam penjualan gabah ke bulog. Sebaliknya, petani yang menjual dalam bentuk beras hanya memperoleh 70%/30% (Saluran pendek), 50%/50% (Saluran Sedang) dan bahkan 30%/70% (Saluran Panjang) dari total keuntungan rantai pemasaran. Hal ini dikarenakan banyaknya actor pemasaran yang terlibat dalam rantai pemasaran. Sehingga keuntungan yang diperoleh terpotong dengan aktor pemasaran yang terlibat.

3.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Istilah lain juga dapat diartikan sebagai biaya layanan pemasaran yang timbul akibat adanya permintaan (Aditya, et al.,2021). Besarnya Margin pemasaran pada setiap jalur distribusi beras dipengaruhi oleh harga yang dikeluarkan

pedagang perantara. Dalam penelitian ini, harga rata-rata dari petani dan pedagang perantara dijadikan acuan dalam menentukan harga jual beras. Berikut Margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran beras yang ada di tingkat lembaga pemasaran.

Tabel 3. Margin Pemasaran Beras di Kabupaten Musi Rawas

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran			
	1	2	3	4
Petani				
Harga Jual	11.200	11.200	11.200	11.200
Tengkulak				
Harga Beli	11.200			
Harga Jual	13.000			
Margin	1.800			
Pengepul				
Harga Beli	13.000	13.000		
Harga Jual	14.500	14.500		
Margin	1.500	1.500		
Pengecer				
Harga Beli	14.500	14.500	14.500	
Harga Jual	16.500	16.500	16.500	
Margin	2.000	2.000	2.000	
Konsumen				
Harga Beli				16.500
Total Margin	5.300	3.500	2.000	
Farmer's Share	67,88	67,88	67,88	67,88

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan besaran margin pemasaran yang diterima oleh lembaga pemasaran. Saluran pemasaran 1 ini memiliki tiga lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras yaitu tengkulak, pengepul dan pengecer. Tengkulak memperoleh margin sebesar Rp 1.800,- kemudian pengepul memperoleh margin sebesar Rp 1.500,- dan pengecer memperoleh margin sebesar Rp 2.000,- dengan total margin saluran pemasaran 1 sebesar Rp 5.300,-. Saluran pemasaran ke 2, melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pengepul dan pengecer. Jumlah total margin pada saluran pemasaran ke dua ini yaitu Rp 3.500,-. Saluran pemasaran ke 3, yang melibatkan pedagang pengecer dalam pemasaran beras. Margin pemasaran yang diterima sebesar Rp 2.000,- Dampak tingginya margin (Rp 5.300) pada Saluran pemasaran 1, yang mengindikasikan banyaknya biaya operasional yang meliputi biaya transportasi, tenaga kerja, penyimpanan, penyusutan dan kerusakan barang. Kemudian pedagang perantara menanggung resiko seperti barang rusak atau hilang, keterlambatan distribusi, fluktuasi permintaan dan resiko jika pembayaran tertunda. Sehingga dengan resiko ini, mereka akan menaikkan margin sebagai bentuk kompensasi. Tingginya margin tidak selalu berarti saluran tidak efisien, hanya saja banyak pihak yang terlibat dan setiap pihak menanggung biaya dan resiko.

Berdasarkan ke empat saluran pemasaran di atas, bahwasannya saluran pemasaran ke 1 memiliki total margin pemasaran yang besar. Hal ini dikarenakan saluran pemasaran yang Panjang, jumlah lembaga atau pedagang perantara yang terlibat lebih banyak. Setiap pedagang perantara menambahkan biaya pemasaran (biaya transportasi, penyimpanan, tenaga kerja dan keuntungan masing-masing) Mursalat, A., Herman, B., Asra, R., & Thamrin, N. T. (2022), (Hardin, 2024). Sehingga akibatnya selisih antara harga yang dibayar konsumen dan harga yang diterima petani (margin pemasaran) menjadi lebih tinggi. Sebaliknya pada saluran pemasaran ke 3 lebih pendek, margin cenderung lebih kecil karena biaya pemasaran lebih rendah dan keuntungan pedagang perantara lebih

sedikit, sehingga harga yang diterima petani lebih mendekati harga yang dibayar konsumen. Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa saluran ke 3 merupakan saluran pemasaran yang efisien, karena total margin pemasaran yang semakin kecil maka biaya distribusi rendah. Farmer's share yang diterima petani sebesar 67,88% yang berarti bahwa dari setiap Rp 100 yang dibayarkan konsumen untuk membeli beras, Rp 67,88 masuk ke petani, sementara Rp 32,12 menjadi bagian lembaga pemasaran (tengkulak, pengepul dan pengecer) sebagai biaya distribusi, transportasi, penyimpanan dan keuntungan. Berdasarkan nilai farmer's share sebesar 67,88% > 50% maka pemasaran dapat dikatakan efisien.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu sebagai berikut:

1. Penjualan gabah lebih menguntungkan bagi petani, jika dilakukan secara langsung dengan keuntungan 100% (petani ke Bulog). Penjualan gabah lebih menguntungkan dikarenakan tidak memerlukan kegiatan pasca panen. Berbeda halnya dengan penjualan beras yang memerlukan penanganan pasca panen sehingga adanya biaya yang harus dikeluarkan. Penjualan beras terdapat tiga model komparasi keuntungannya yakni model 70%/30 %, 50%/50% dan 30%/70%.
2. Besaran margin pemasaran terbesar terletak pada saluran pemasaran 1 yaitu dengan total margin sebesar Rp 5.300, sedangkan total margin terkecil pada saluran pemasaran 3 yaitu Rp 2.000. Dari hasil analisis diketahui bahwa margin pemasaran produk pertanian dipengaruhi oleh jumlah lembaga pemasaran yang terlibat, biaya transportasi. Margin yang tinggi tidak selalu menunjukkan ketidakefisienan, tetapi dapat mencerminkan besarnya biaya operasional dan resiko yang ditanggung oleh pedagang perantara.

4.2 Saran

Adapun saran dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi petani, berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa penjualan gabah memberikan keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan beras, Petani disarankan untuk memfokuskan kegiatan usahanya pada penjualan gabah, terutama pada saat harga gabah di tingkat petani relatif stabil dan menguntungkan
2. Bagi pemerintah daerah dan instansi pertanian diharapkan dapat menjamin stabilitas harga gabah di tingkat petani, memfasilitas akses permodalan dan informasi pasar.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan analisis tambahan terhadap faktor resiko harga, biaya penggilingan dan efisiensi rantai pemasaran yang berpengaruh terhadap perbedaan keuntungan antara gabah dan beras

REFERENCES

- Aditya, D., Ikka, N. D. A., & Aziz, A. (2021). Analisis Efisiensi Pemasaran Buah Jeruk Lokal Di Desa Plososari Kecamatan Puri Kabupaten Mojokerto. *Agrimas*, 5(2), 86–95.
- Anam, S.I, Uswatun H., dan I. W. (2019). Analisis Komparatif Usahatani Padi Metode System Rice Intensification (SRI) dan Jajar Legowo 6:1 di Kecamatan Bayan Kabupaten Purworejo. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Peternakan*, 8(1), 16–152.
- Asmarantaka RW. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Bogor: Departemen Agribisnis FEM-IPB.
- Azizah, N., Zaini, M., Santoso, A., & Nafarin, M. (2025). Analisis Teori Produksi Prinsip dan Aplikasinya dalam Ekonomi di Kutai Timur. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(1), 40.

- Budiyoko, B., Soleh, M., Rachmah, M. A., Utami, D. R., Prasetyo, K., & Saputro, W. A. (2023). Perbandingan Keuntungan Usahatani Padi Berdasarkan Beberapa Sumber Pembiayaan Pertanian: Analisis Di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Agrimansion*, 24(1), 121–130. <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v24i1.1326>
- Fahri, T I Noor, N. (2023). PADA AGROINDUSTRI RENGGINANG (Studi Kasus Di Kelurahan Cipari Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya) INCOME COMPARISON BETWEEN RAW PRODUCTS AND FINISHED PRODUCTS IN RENGGINANG AGROINDUSTRY (Case Study in Cipari Village , Mangkubumi District , Tasikmala. *Jurnal Agroinfo Galuh*, 10(3), 1815–1827.
- Fanindi, D I., M F L., Sondakh., Y. P. I. R. (2018). Keuntungan Usaha Pia Melati di Kelurahan Mariyai Kabupaten Sorong Papua Barat. *Jurnal Agri-Sisio Ekonomi*, 14(3), 273 – 278.
- Faraidin, N., N., M. F. (2023). Pengukuran Tingkat Keuntungan dan Faktor yang Mempengaruhinya pada UMKM Donatawa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 233–239.
- Feni, R., Mufriantje, F., & Hendra, B. (2022). Analisis Pendapatan Usaha dan Efisiensi Gilingan Padi di Kota Bengkulu. *Agribisnis*, 15(1), 1–23.
- Galuh Dyah Pratiwi, Kusnandar, M. T. S. (2021). Komparatif Usahatani Padi Putih Anorganik dan Padi Merah Organik di Kecamatan Girimarto, Kabupaten Wonogiri. 9(3), 71–82.
- Gurning, R.N.,Nurhajjah.,Salsabilla.,S.Hasby., W. L. (2024). Analisis saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran petani jagung (. 11(1), 129–142.
- Hardin, Syamsinar, W. E. (2024). ANALISIS PEMASARAN GABAH DI KELURAHAN KASIPUTE KECAMATAN WAWOTOBİ KABUPATEN KONAWÉ. 24(1), 53–58.
- Hasriani. (2018). Analisis Saluran Distribusi Produk Pada PT.London Sumatera di Kabupaten Bulukumba. *Manajemen*.
- Hendrawan, A., Samawa, U., Besar, S., Info, A., History, A., Strategy, O. M., Income, B., & Market, U. (2024). Studi Komparatif Tingkat Pendapatan Pelaku Pemasaran Offline Dan Online (Studi Pada Pelaku Bisnis Thrifting Di Pasar Utan). *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 4(2), 294. <https://doi.org/10.58406/samalewa.v4i2.1824>
- Heriyanto, M.A., G. K. (2025). Kebijakan Harga Pembelian Gabah Pemerintah : Analisis Dua Rezim Politik di Indonesia Government Rice Pricing Policy : Lessons from Two Political Regimes in Indonesia Mahra Arari Heryanto *, Ganjar Kurnia. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(2), 4167–4175.
- Irpan, Dewi P.S., Hasriani, S. A. (2018). Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Komoditas Bawang Merah di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. *Jurnal Agrimu*, 2(1), 12–24.
- Karuntu, H Lintong, M Singkoh, K. (2022). Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Cabe Merah Keriting di Kakaskasen Taya kota Tomohon. *Jurnal Agrobisnis*, 3(2).
- D. I., Selincih, S. E. I., Kalidoni, K., & Palembang, K. (2021). POLA SALURAN PEMASARAN PADI SAWAH SEMI ORGANIK (Oryza sativa L) DI KELURAHAN SEI SELINCAH KECAMATAN KALIDONI KOTA PALEMBANG. 1–8.
- Kernalis, E., Lubis, A., & Ulma, R. O. (2019). JANGKAT KABUPATEN MERANGIN Analysis Of Profit In Upland Rice Farming And Its Contribution To The Farmer ' s Household Income In Jangkat Subdistrict Of Merangin District. 19(2), 269–278. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.18.2.269-278>
- Lapamudi Hardiyanti Boekoesoe, Y., & Bakari, Y. (2020). Analisis efisiensi pemasaran beras di kecamatan tilongkabila kabupaten bone bolango. *Universitas Negeri Gorontalo*.
- Mastar, S., & Sari, R. (2022). Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Garam Rakyat di Desa Labuhan Kuris Kecamatan Lape Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(2), 1–9.

- Michi Iskandar Putri, Faisal Harahap, H., & Silfia, S. (2024). Komparasi Pendapatan dan Keuntungan Antara Petani Gambir Menjual Betel Bite dan Daun Segar (Studi Kasus di Nagari Koto Bangun). *JOSETA Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 6(3), 150–160. <https://doi.org/10.25077/joseta.v6i3.611>
- Mursalat, A., Herman, B., Asra, R., & Thamrin, N. T. (2022). Analisis Pendapatan dan Margin Pemasaran Dalam Saluran Distribusi Beras Kabupaten Sidenreng Rappang. *AGRIMOR*, 7(2), 70–76.
- Muslifah, W. A. dan E. P. (2022). Analisis Komparasi Pendapatan Usahatani Bawang Merah Pada Lahan Irigasi dan Tadah Hujan di Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6(4), 1216 – 1226.
- Pangemanan, S. P., Lumenta, I. D. R., & Maliangkay, T. (2023). Farmer's Share, Margin dan Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras. *Jambura Journal of Animal Science*, 5(2), 82–89. <https://doi.org/10.35900/jjas.v5i2.19480>
- Puspitasari. (2021). Analisis Pendapatan Petani dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi Sawah irigasi di Desa Sumberejo Kecamatan Megang Sakti Kabupaten Musi Rawas. *Jurnal Agribisn*, 14(1), 1650–1658.
- Ramdani, A. R., S. dan I. M. S. (2024). Analisis Pendapatan Petani Yang Menggunakan Pupuk Bersubsidi pada Usahatani Padi Sawah di Desa Padangguni Kecamatan Padangguni Kabupaten Konawe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(5), 29–39.
- Rini, A. Z., Hadi, S., & Aulia, N. (2023). Pola Saluran Pemasaran dan Struktur Pasar Padi Sawah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo. 1(2), 24–28.
- Statistik, B. P. (2024). Badan Pusat Statistik Dalam Angka Kabupaten Musi Rawas.
- Suhartatik, E., & Batubara, M. M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Menjual Hasil Panen Dalam Bentuk Gabah Kepada Tengkulak Di Di Desa Mekarsari Kecamatan Muara Telang. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 11(2), 112. <https://doi.org/10.32502/jsct.v11i2.5580>
- Supratmini, A Laapo, N. (2022). Analisis Komparatif Pendapatan Petani Padi yang Menjual Gabah dan Beras di Desa Lembontonara Kecamatan Mori Utara Kabupaten Morowali Utara. *Jurnal Agrotekbis. Jurnal Agrotekbis*, 10(6), 899–248.
- Susilowati, I., Istiqomah, I., Sukiman, S., & Purnomo, S. (2022). Analisis Margin Pemasaran Ikan Layang di Kabupaten Pati. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 238–248. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.23>
- Triana, E. (2023). Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Komoditas Beras Ketan di Kota Surabaya. 2, 57–62.
- Vian, A., Yusuf, S., & Ruslaini, -. (2021). ANALISIS KOMPARATIF KEUNTUNGAN BUDIDAYA RUMPUT LAUT (*Gracilaria verrucosa*) MENGGUNAKAN METODE SEBAR DAN METODE GANTUNG PADA TAMBAK DI DESA LAKAWALI PANTAI KECAMATAN MALILI KABUPATEN LUWU TIMUR PROVINSI SULAWESI SELATAN. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, 6(2), 113. <https://doi.org/10.33772/jsep.v6i2.20275>
- Widyastuti, W., Tanjung, F., & Azriani, Z. (2020). 734-Article Text-2250-1-10-20201220. 4(3), 1751–1765.
- Wuryantoro, W., & Candra, A. (2021). Analisis Margin Pemasaran Agroindustri Beras di Kota Mataram. *Agrimansion*, 22(1), 39–48.
- Yunita, R., & Noviar, H. (2021). Analisis Perkembangan Farmer's Share Dan Marketing Margin Padi Di Indonesia Tahun 2010 – 2020. *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 6(2), 90–97.
- Zulham, F. dan. (2019). Analisis Margin dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung di Desa Suka Makmur Kabupate Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Jurnal Agriculture Technology*, 2(1), 19–29.