

Saluran Pemasaran Gabah di Daerah Aliran Sungai Hilir Bengawan Solo Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro

Muhamad Alfian¹, Endang Siti Rahayu², Sugiarti Mulya Handayani³

^{1,2,3} Program Studi Magister Agribisnis, Pascasarjana Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir. Sutami no 36 Kentingan Surakarta

Email : muhamadalfian958@student.uns.ac.id

Abstract: The research is to describe, the grain marketing channels in Hilir Bengawan Solo, Ngraho District, Bojonegoro Regency. This research method uses surveys, interviews and observations. Data analysis used in this research is qualitative analysis, Qualitative analysis is used to describe grain marketing channels. The conclusions from the results research conducted in Ngraho, District Bojonegoro Regency are as follows: There are 3 types of marketing channels in Ngraho District, Bojonegoro Regency, namely: 1) Farmers - Milling, 2) Farmers - Collectors - Milling, 3) Farmers - Combi Slasher– Collector- Mill Merchant. Of the 3 types of marketing channels, most farmers use marketing channel number 2, namely Farmers - Collectors - Milling.

Keywords: Marketing Channels, Rice, Rice Fields

Abstrak: Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran gabah di Hilir Bengawan Solo yang berlokasi Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara yang dilaksanakan di lokasi penelitian. Analisis deskriptif kualitatif adalah analisis yang digunakan peneliti ini untuk pengolahan datanya. Analisis deskriptif kualitatif untuk menggambarkan saluran pemasaran gabah di daerah hilir Bengawan Solo kecamatan Ngraho. Berikut ini didapatkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro. Terdapat tiga jenis saluran pemasaran di Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro yaitu : 1). Petani - Penggiling, 2). Petani - Pedagang Pengumpul - Penggiling, 3). Petani - Pemotong Kombi – Pedagang Pengumpul - Penggiling. Dari tiga jenis saluran pemasaran yang terbanyak, petani menggunakan saluran pemasaran kedua: petani – pengepul – penggilingan.

Kata kunci: Saluran Pemasaran, Padi, Sawah

1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian terus menjadi sektor strategis pembangunan nasional dalam beberapa tahun terakhir. Sektor pertanian terbukti berperan dalam peningkatan perekonomian, dapat dilihat secara lebih luas terutama dalam konteks pendistribusian hasil pembangunan kepada masyarakat pedesaan. Nilai tambah sektor pertanian selalu meningkat seiring berjalannya waktu. Seperti yang terlihat saat ini, mayoritas penduduk Indonesia tinggal di daerah pedesaan dan mata pencaharian mereka masih bergantung pada pertanian. Salah satu daerah Kabupaten lumbung pangan produk beras dan jagung di Provinsi Jawa Timur adalah Bojonegoro.

Agar petani dapat mencapai hasil yang lebih optimal peningkatan produksi harus didukung dengan pemasaran yang tepat. Peningkatan produksi sangat erat kaitannya dengan pemasaran. Peningkatan produksi harus meningkatkan pendapatan petani. Untuk mencapai tujuan tersebut, peningkatan produksi tanpa diimbangi dengan sistem pemasaran yang baru dan lebih baik, justru dapat mengakibatkan penurunan pendapatan akibat turunnya harga (Arief, 2005).

Pada Tahun 2016 Kabupaten Bojonegoro salah satu daerah kabupaten penghasil gabah dan beras utama di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Bojonegoro termasuk dalam kategori 5 besar penghasil beras dan padi-padian, dengan Kabupaten lainnya yaitu lamongan, Ngawi, Jember, dan Banyuwangi (Nimas, 2019). Pada semester I tahun 2022, luas panen Kabupaten Bojonegoro sebesar 132.455 Ha. Untuk daerah di Kecamatan Ngraho memiliki luas lahan 9.189 Ha produksi berjumlah 55.809,73 ton (Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Bojonegoro).

Peningkatan produksi yang tinggi harus diimbangi dengan saluran atau pola distribusi pemasaran yang teratur. Saluran distribusi ialah saluran yang dipilih produsen, untuk mengalihkan barang produksi yang dihasilkan kepada konsumen, baik secara langsung atau melalui lembaga pemasaran (Lubis, 2004). Terdapat beberapa jalur distribusi gabah di Hilir Bengawan Solo, Kecamatan Ngraho, Kabupaten Bojonegoro. Umumnya pemasaran gabah dimulai dari petani sebagai produsen menjual produknya berupa gabah kering panen (GKP) kepada pengepul yang selanjutnya menjualnya ke penggilingan padi, beberapa petani menjual langsung ke penggilingan padi. Studi ini mengidentifikasi saluran pemasaran mana yang paling sering digunakan petani untuk menjual produknya. Setiap saluran pemasaran mempunyai kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui saluran pemasaran mana yang paling banyak dipilih oleh petani di Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro.

Penelitian bertujuan menggambarkan berbagai saluran pemasaran gabah di Daerah Aliran Sungai (DAS) Hilir Bengawan Solo Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro.

2. METODE PENELITIAN

Untuk menentukan tempat lokasi penelitian ini dilakukan menggunakan metode purposive sampling atau secara sengaja yaitu Hilir Bengawan Solo yang berada di Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro.

2.1. Metode Pengambilan sampel

Untuk menentukan sampel petani menggunakan metode purposive sampling secara sengaja yaitu petani pada masa panen bulan Januari sampai Februari 2024 dan hasil panenanya dijual.

Untuk Lembaga pertanian yang terlibat pengambilan sampelnya menggunakan snowball sampling yaitu informasi dari petani ditelusuri sampai ke lembaga pertanian yang terlibat.

2.2. Metode Pengambilan data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan data primer dengan menggunakan teknik survei observasi langsung dan wawancara dengan petani dan lembaga pemasaran.

1. Observasi adalah kegiatan kunjungan langsung terhadap petani dan lembaga pemasaran di Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro.

2. Tujuan wawancara adalah untuk menanyakan sejumlah pertanyaan kepada petani dan lembaga pemasaran di Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro dengan menggunakan kuesioner.

2.3. Metode Analisis Data

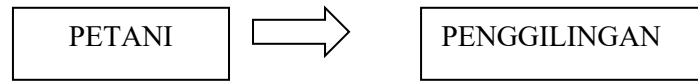
Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode ini bagian dari metode penelitian yang berupaya mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual, dan akurat dari pengumpulan data yang diperoleh selama penelitian. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan banyaknya saluran pemasaran gabah yang digunakan petani Daerah Aliran Sungai (DAS) Hilir Bengawan Solo Kecamatan Ngraho.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran pemasaran merupakan organisasi yang terhubung bersama mulai dari pembuat produk dan layanan tersedia bagi konsumen untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran adalah organisasi yang saling tercakup dalam proses membuat produk dan jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen (Nimas, 2019). Saluran pemasaran juga disebut sebagai penghubung petani dengan konsumen, melalui berbagai tingkatan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tersebut. Saluran pemasaran yang dilewati berpengaruh terhadap keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalamnya. Lembaga yang terlibat dalam pemasaran gabah, dari petani sampai ke konsumen yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Berdasarkan data dari lapangan terdapat 3 saluran pemasaran :

3.1. Saluran pemasaran Pertama

Terdapat saluran pertama pemasaran di Daerah Aliran Sungai Hilir Bengawan Solo Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro.



Gambar 1. Saluran Pertama Pemasaran

Saluran pemasaran pertama gabah dijual petani ke penggiling dengan cara petani melakukan pemanenan padi secara mandiri kemudian dikeringkan. Petani pada saluran pertama menjual gabah dalam bentuk Gabah Kering Giling. Kelemahan dari saluran pertama adalah bagi petani yang tidak memiliki tempat penjemuran sendiri.

3.2. Saluran Pemasaran Kedua

Terdapat saluran pemasaran Kedua di Daerah Aliran Sungai Hilir Bengawan Solo Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro.

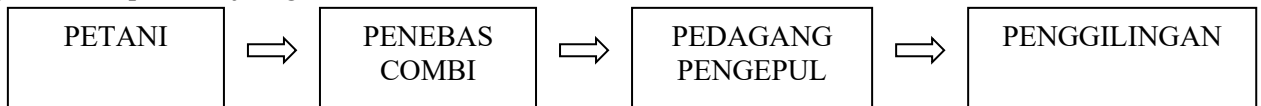


Gambar 2. Saluran kedua Pemasaran

Saluran pemasaram kedua petani menjul gabah ke pedagang pengepul dalam bentuk Gabah Kering Panen (GKP). Pedagang pengepul membantu petani dalam proses pemanenan padi disawah dalam bentuk menyediakan alat pemanenan dan tenaga kerja.

3.3. Saluran pemasaran ketiga

Terdapat saluran pemasaran Ketiga di Daerah Aliran Sungai Hilir Bengawan Solo Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro.



Gambar 3. Saluran Ketiga Pemasaran

Saluran ke tiga pemasaran petani menjual gabah ke penebas. Petani menerima hasil bersih kemudian penebas menjualnya ke pedagang pengepul. Konsumen akhir dari saluran pemasaran ini adalah pedagang penggiling.

4. KESIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan di Kecamatan Ngraho Kabupaten Bojonegoro dapat disimpulkan :

- Petani lebih banyak memilih saluran ke-2 karena ada ikatan Kerjasama
- Petani memilih saluran ke- 2 dinilai lebih efektif
- Pedagang pengepul membantu petani dalam hal proses pemanenan

5. SARAN

- Untuk Petani : Petani harus memilih pedagang pengepul yang benar – benar dapat dipercaya dan sama – sama menguntungkan
- Untuk pedagang pengepul : pedagang harus memberikan harga sesuai yang ada dipasaran

6. DAFTAR PUSTAKA

Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Bojonegoro. *Laporan Data Dinas Pertanian dan*

Ketahanan Pangan di Kabupaten Bojonegoro Tahun 2023. (Data Primer)

Nimas, 2019 *Analisis Efisiensi Pemasaran Agribisnis Padi Di Desa Kemamang Kecamatan Balen*

Kabupaten Bojonegoro, ORYZA–Vol. 5 No. 1 , Desember 2019 - ISSN: 2477 – 6963.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Alfabeta.

Arief. 2005. *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pemasaran.* Bayumedia Pulishing.Malang.

Lubis, N. A. 2004. *Peranan Saluran Distribusi Dalam Padang.*