

**PERTANIAN**

**ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK (*SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*) PADI PASCA PANEN DI PABRIK BERAS SUKORENO MAKMUR KECAMATAN KALISAT**

*Supply Chain Management Analysis of Post-Harvest Handling Rice at Rice Factory Sukoreno Makmur, Kalisat*

**Shetira Marsela Salsabilla, Rudi Wibowo\*, Titin Agustina**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember  
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121  
\*E-mail : wibowo.rudi@gmail.com

**ABSTRACT**

Post-harvest handling rice is the activity since start of the harvesting, accumulating and collecting, threshing, cleaning, transporting, drying, packaging, storing, and milling. Rice milling is one of central point in the rice agroindustri and connects people who related in the supply chain of rice post-harvest handling from paddy to produce rice as the main product. While the husk and bran as the side product. One of the rice mills which become the focus of this research is the Rice Factory Sukoreno Makmur. This study aimed to identify the product flow, financial flow and information flow of post-harvest handling rice at Rice Factory Sukoreno Makmur, determine the efficiency of marketing channels in the supply chain post-harvest handling rice at Rice Factory Sukoreno Makmur and determine the value added of post-harvest handling rice at Rice Factory Sukoreno Makmur. This research used analytical and descriptive methods. The analysis method of data used are descriptive analysis, margin efficiency and marketing margin and value added analysis of Hayami method. The results showed that (1) Rice Factory Sukoreno Makmur utilized product flow, financial flow and information flow in the supply chain management system of post-harvest handling rice (2) post-harvest handling rice marketing channels in Rice Factory Sukoreno Makmur are the grain marketing channel which has the most efficiency marketing is 0 level (farmers - Rice Factory Sukoreno Makmur) with 0 % efficiency rate, the most efficiency of rice marketing channel is the marketing channel of 1 level (Rice Factory Sukoreno Makmur - retailers - consumers) with 0,60 % efficiency rate, the most efficiency of bran marketing channels is a marketing channel of 0 level (Rice Factory Sukoreno Makmur - consumer) with 0% efficiency rate and husk marketing channel is 0 level marketing channel (Rice Factory Sukoreno Makmur - consumer) with 0 % efficiency rate (3) Processing of paddy to rice, husk and bran completely is able to provide added value positively. The added value of paddy to rice, husk and bran completely is Rp 1.104/kg. Value-added processing paddy to rice, husk and bran in consecutive sequence is Rp 735/kg, Rp 81/kg and Rp 288/kg.

**Keywords:** *post-harvest handling of rice, rice milling, supply chain management, marketing channels, value-added.*

**ABSTRAK**

Pasca panen padi merupakan kegiatan mulai dari pemanenan, penumpukan dan pengumpulan, perontokan, pembersihan, pengangkutan, pengeringan, pengemasan dan penyimpanan serta penggilingan. Penggilingan padi merupakan salah satu titik sentral dalam agroindustri padi dan lembaga yang menghubungkan setiap pelaku dalam rantai pasokan padi pasca panen mulai dari gabah hingga menghasilkan beras sebagai produk utama (*main product*). Sedangkan sekam dan dedak sebagai produk sampingan (*side product*). Salah satu penggilingan padi yang menjadi fokus penelitian ini adalah Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi padi pasca panen pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur, menganalisis efisiensi saluran pemasaran pada rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan menganalisis nilai tambah padi pasca panen pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode analitik dan deskriptif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran serta analisis nilai tambah hayami. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Pabrik Beras Sukoreno Makmur telah melakukan aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi dalam sistem manajemen rantai pasok padi pasca panen (2) Saluran pemasaran padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur yaitu saluran pemasaran gabah yang paling efisien adalah saluran pemasaran 0 tingkat dengan efisiensi pemasaran 0%, saluran pemasaran beras yang paling efisien adalah saluran pemasaran 1 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur – pedagang pengecer – konsumen) yaitu 0,60%, saluran pemasaran dedak yang paling efisien saluran pemasaran 0 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur – Konsumen) yaitu 0% dan saluran pemasaran sekam adalah saluran pemasaran 0 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur – Konsumen) dengan efisiensi pemasaran 0% (3) Pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak secara keseluruhan mampu memberikan nilai tambah yang positif. Nilai tambah gabah menjadi beras, sekam dan dedak secara keseluruhan adalah sebesar Rp 1.104/kg. Nilai tambah parsial setiap produk pengolahan gabah memberikan nilai positif. Nilai tambah pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak berturut-urut adalah Rp 735/kg, Rp 81/kg dan Rp 288,-/kg.

**Kata kunci:** *padi pasca panen; penggilingan padi; manajemen rantai pasok; saluran pemasaran; nilai tambah.*

**How to cite:** Salsabilla SM, R Wibowo, T Agustina. 2014. Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain Management*) Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur Kecamatan Kalisat. 1(1): xx-xx

**PENDAHULUAN**

Beras mempunyai peran yang strategis dalam memantapkan ketahanan pangan, ketahanan ekonomi dan ketahanan atau stabilitas politik nasional. Pada saat ini debat publik selalu muncul ketika harga beras melonjak atau harga gabah turun drastis. Sebagian besar masyarakat masih tetap menghendaki adanya pasokan dan harga beras yang stabil, tersedia sepanjang

waktu, terdistribusi secara merata dan dengan harga yang terjangkau. Kondisi ini menunjukkan bahwa beras masih menjadi komoditas strategis secara politis (LPEM-FEUI, 2001).

Pengembangan agribisnis beras di Indonesia ke depan memiliki posisi strategis dilihat dari aspek ekonomi, sosial maupun politik. Posisi beras sebagai bahan pangan utama bagi sebagian masyarakat, sampai saat ini belum tergantikan (Suryana *et al.*, 2009), sedangkan menurut (Said dan Dewi, 2004),

pengembangan sentra agribisnis perberasan merupakan suatu sistem, yang kinerjanya harus selalu diukur, baik secara internal maupun eksternal. Kinerja internal dianalisa berdasarkan kondisi dalam subsistem agribisnis dan kinerja eksternal dapat dianalisa berdasarkan output yang dihasilkan. Kinerja internal sistem agribisnis memiliki keterkaitan dengan pengembangan rantai pasokan, yang diawali dari kegiatan budidaya padi di lahan hingga kegiatan pemasarannya kepada para konsumen.

Sistem pemasaran merupakan bagian yang penting dari mata rantai barang sejak diproduksi sampai ke konsumen. Sistem pemasaran juga menentukan efisiensi pasar suatu tata niaga barang termasuk pangan. Dalam sistem agribisnis ini, padi pasca panen merupakan salah satu subsistem mencakup kegiatan mulai dari panen sampai dengan menghasilkan beras dan hasil sampingannya. Penganangan pasca panen padi yang kurang baik akan mengakibatkan sedikitnya hasil produksi padi yang dihasilkan, hal ini akan berdampak bukan hanya pada petani, namun juga semua lembaga yang terkait dengan perberasan.

Rantai pasok (*supply chain*) merupakan urutan adegan (aktivitas maupun aktor) dari arah hulu (*upstream sourcing*) dan ke arah muara (*downstream*) dan sebaliknya. Dalam rantai pasok terdapat tiga aliran yang harus dikelola yaitu aliran produk, aliran uang dan informasi (Tim Penulis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, 2010). Pengelolaan rantai pasok melibatkan berbagai pihak dari dalam maupun dari luar perusahaan.

Menurut Rachmat (2012), penggilingan padi merupakan titik sentral dari agroindustri padi. Penggilingan padi mempunyai peranan yang sangat vital dalam mengkonversi padi menjadi beras yang siap diolah untuk dikonsumsi maupun untuk disimpan sebagai cadangan. Penggilingan padi merupakan titik sentral dalam agribisnis padi.

Kabupaten Jember merupakan daerah potensial untuk membudidayakan tanaman padi. Jumlah penggilingan padi di Kabupaten Jember adalah 1944, sedangkan jumlah penggilingan padi dengan skala besar berdasarkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember tahun 2013 adalah 144 penggilingan padi. Dari 144 penggilingan padi skala besar di Kabupaten Jember, ditunjukkan bahwa terdapat dua kecamatan yang memiliki jumlah penggilingan padi skala besar terbanyak yaitu Kecamatan Kalisat dan Kecamatan Balung. Salah satu penggilingan padi skala besar di Kecamatan Kalisat adalah Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Pabrik Beras Sukoreno Makmur merupakan penggilingan padi skala besar yang memiliki keterbukaan dalam memperoleh data dan informasi terkait penelitian dibandingkan penggilingan padi skala besar lainnya.

Permasalahan yang terjadi pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur yaitu pendistribusian gabah dan beras yang tidak stabil di Pabrik Beras Sukoreno Makmur yaitu berupa penumpukan beras maupun kekosongan persediaan beras. Ketidakpastian mengenai stok gabah dan beras dapat dipecahkan dengan memanfaatkan manajemen rantai pasok padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Pemanfaatan manajemen rantai pasok ini untuk mengetahui hubungan keterkaitan antara aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi mulai dari petani hingga konsumen akhir di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Manajemen rantai pasok merupakan manajemen keseluruhan proses produksi baik dari kegiatan pengolahan suatu produk hingga memperoleh nilai tambah, distribusi pemasaran hingga produk sampai ke tangan konsumen. Nilai tambah padi pasca panen akan menghasilkan kualitas produk dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur yang mampu mempengaruhi pemasaran produk Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi padi pasca panen pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur (2) menganalisis efisiensi saluran pemasaran pada rantai pasok padi pasca panen di Pabrik

Beras Sukoreno Makmur (3) menganalisis nilai tambah padi pasca panen pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan di Pabrik Beras Sukoreno Makmur Kecamatan Kalisat. Daerah penelitian ini ditentukan dengan sengaja (*purposive method*). Penentuan daerah penelitian ini didasarkan bahwa Pabrik Beras Sukoreno Makmur di Kecamatan Kalisat merupakan penggilingan padi skala besar dimana terjadi ketidakpastian dalam persediaan stok yang dapat diselesaikan dengan memanfaatkan *Supply Chain Management* dalam sistem manajemennya. Pabrik Beras Sukoreno Makmur juga merupakan penggilingan padi skala besar yang memiliki keterbukaan dalam memberikan data dan informasi dalam penelitian dibandingkan dengan penggilingan padi skala besar lainnya. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2014.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik, Menurut Hikmat (2011), metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga berkehendak mengadakan akumulasi data dasar. Sedangkan menurut Nazir (1999), metode analitik adalah metode yang digunakan dengan menerapkan beberapa analisis yang berkaitan dengan penelitian diawali dengan cara menyusun data kemudian melakukan analisis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel non acak yaitu teknik *Purposive Sampling* dan *Snowball Sampling*. Tempat penelitian ini dilakukan di Pabrik Beras Sukoreno Makmur yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk lembaga yang terlibat dalam rantai pasokan padi pasca panen memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Petani yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah petani yang berada di Kecamatan Kalisat dan petani yang berada di luar Kecamatan Kalisat, dimana hasil panennya didistribusikan kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur.
2. Lembaga pemasaran yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian gabah ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur serta pendistribusian beras, sekam dan dedak dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur hingga ke Konsumen.

Untuk pengambilan sampel lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur menggunakan teknik *snowball sampling*. Penentuan sampel pada penelitian ini yaitu peneliti melakukan wawancara kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur dengan demikian dapat diketahui pelaku rantai pasok dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan menggunakan studi dokumentasi. Menurut Fathoni (2005), wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya bahwa pertanyaan datang dari satu pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Sedangkan studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden. Teknik pengumpulan data dari instansi-instansi yang dapat memberikan informasi, seperti data atau dokumen profil perusahaan dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember.

Untuk menjawab permasalahan mengenai aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif mengubah kumpulan data mentah

menjadi bentuk yang mudah dipahami dan dalam bentuk informasi menjadi bentuk yang lebih ringkas. Pendeskripsian dari hasil observasi merupakan ciri khas dari analisis deskriptif (Wibisono, 2003). Setelah melakukan observasi dan wawancara kemudian menggambarkan atau mendeskripsikan data yang didapat mengenai aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi produk padi pasca panen yaitu gabah, beras medium, dedak dan sekam di Pabrik Beras Sukoreno Makmur Kecamatan Kalisat.

Untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran dilakukan dengan menggunakan konsep efisiensi pemasaran dimana efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan, sehingga dapat dirumuskan (Soekartawi, 1989):

$$EP = (TB / TNP) \times 100 \%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya (rupiah)

TNP = Total Nilai Produk (rupiah)

Penarikan kesimpulan dapat dilihat berdasarkan perbandingan nilai efisiensi pemasaran (EP) pada setiap model rantai pasokan. Rantai pasokan yang memiliki tingkat efisiensi pemasaran lebih tinggi adalah rantai pasokan yang memiliki nilai efisiensi pemasaran (EP) lebih kecil.

Langkah selanjutnya untuk melihat efisiensi pemasaran juga dapat dilihat berdasarkan nilai distribusi margin pemasaran pada rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur Kalisat. Pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan analisis margin pemasaran dan distribusi margin. Berikut adalah rumus perhitungan margin pemasaran dan distribusi margin pemasaran beras, dedak dan sekam di Pabrik Beras Sukoreno Makmur (Rahim dan Hastuti, 2007)

1. Rumus margin pemasaran gabah

$$MP_g = Pr_g - Pf_g$$

Keterangan :

$MP_g$  = margin pemasaran gabah (rupiah/kg GKG)

$Pr_g$  = harga tingkat konsumen gabah, tengkulak, atau Pabrik Beras Sukoreno Makmur (rupiah/ kg GKG)

$Pf_g$  = harga di tingkat petani (rupiah/ kg GKG)

Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil margin pemasaran gabah, maka semakin efisien suatu pemasaran. Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika  $Pf_g > MP_g$ , maka pemasaran gabah adalah efisien.

- Jika  $Pf_g < MP_g$ , maka pemasaran gabah adalah tidak efisien

2. Rumus margin pemasaran beras

$$MP_b = Pr_b - Pf_b$$

Keterangan :

$MP_b$  = margin pemasaran beras (rupiah/kilogram)

$Pr_b$  = harga tingkat konsumen beras (rupiah/kilogram)

$Pf_b$  = harga beras di Pabrik Beras Sukoreno Makmur (rupiah/ kilogram)

Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil margin pemasaran beras, maka semakin efisien suatu pemasaran. Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika  $Pf_b > MP_b$ , maka pemasaran beras adalah efisien.

- Jika  $Pf_b < MP_b$ , maka pemasaran beras adalah tidak efisien

3. Rumus margin pemasaran sekam

$$MP_s = Pr_s - Pf_s$$

Keterangan :

$MP_s$  = margin pemasaran sekam (rupiah/kilogram)

$Pr_s$  = harga tingkat konsumen sekam (rupiah/kilogram)

$Pf_s$  = harga sekam di Pabrik Beras Sukoreno Makmur (rupiah/ kilogram)

Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil margin pemasaran sekam, maka semakin efisien suatu pemasaran. Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika  $Pf_s > MP_s$ , maka pemasaran sekam adalah efisien.

- Jika  $Pf_s < MP_s$ , maka pemasaran beras adalah tidak efisien

4. Rumus margin pemasaran dedak

$$MP_d = Pr_d - Pf_d$$

Keterangan :

$MP_d$  = margin pemasaran dedak (rupiah/kilogram)

$Pr_d$  = harga tingkat konsumen dedak (rupiah/kilogram)

$Pf_d$  = harga dedak di Pabrik Beras Sukoreno Makmur (rupiah/ kilogram)

Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil margin pemasaran dedak, maka semakin efisien suatu pemasaran. Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika  $Pf_d > MP_d$ , maka pemasaran dedak adalah efisien.

- Jika  $Pf_d < MP_d$ , maka pemasaran dedak adalah tidak efisien

5. Rumus distribusi margin pemasaran gabah

- Share Harga

$$Sp_g = (Pf_g / Pr_g) \times 100\%$$

- Share Biaya

$$SBij_g = [cij_g / (Pr_g - Pf_g)] \times 100 \%$$

- Share Keuntungan

$$Skj_g = [Pij_g / (Pr_g - Pf_g)] \times 100 \%$$

$$Pij_g = Hjj_g - Hbj_g - cij_g$$

Keterangan :

$Sp_g$  = bagian (*share*) yang diterima petani (%)

$Pr_g$  = harga tingkat konsumen gabah, tengkulak, atau Pabrik Beras Sukoreno Makmur (rupiah/ kg GKG)

$Pf_g$  = harga di tingkat petani (rupiah/ kg GKG)

$SBij_g$  = Persentase biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

$cij_g$  = biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-I oleh lembaga pemasaran gabah ke-j (rupiah per kg GKG)

$Skj_g$  = Persentase keuntungan lembaga pemasaran gabah ke-j (%)

$Pij_g$  = Keuntungan lembaga pemasaran gabah ke-j (rupiah per kg GKG)

$Hjj_g$  = Harga jual gabah lembaga pemasaran ke j (rupiah/ kg GKG)

$Hbj_g$  = Harga beli gabah lembaga pemasaran ke-j (rupiah/ kg GKG)

6. Rumus distribusi margin pemasaran beras

- Share Harga

$$Sp_b = (Pf_b / Pr_b) \times 100\%$$

- Share Biaya

$$SBij_b = [cij_b / (Pr_b - Pf_b)] \times 100 \%$$

- Share Keuntungan

$$Skj_b = [Pij_b / (Pr_b - Pf_b)] \times 100 \%$$

$$Pij_b = Hjj_b - Hbj_b - cij_b$$

Keterangan :

$Sp_b$  = Bagian (*share*) yang diterima Pabrik Beras Sukoreno Makmur (%)

$Pr_b$  = harga tingkat konsumen beras (rupiah/kilogram)

$Pf_b$  = harga beras di Pabrik Beras (rupiah/ kilogram)

$SBij_b$  = Persentase biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran beras ke-I oleh lembaga pemasaran ke-j

$cij_b$  = biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran beras ke-I oleh lembaga pemasaran beras ke-j (rupiah per kg)

$Skj_b$  = Persentase keuntungan lembaga pemasaran beras ke-j (%)

$Pij_b$  = Keuntungan lembaga pemasaran beras ke-j (rupiah /kg)

$Hjj_b$  = Harga jual beras lembaga pemasaran ke j (rupiah/ kg)

$Hbj_b$  = Harga beli beras lembaga pemasaran ke-j (rupiah/ kg)

#### 7. Rumus distribusi margin pemasaran sekam

- *Share* Harga

$$Sp_s = (Pf_s / Pr_s) \times 100\%$$

- *Share* Biaya

$$SBij_s = [cij_s / (Pr_s - Pf_s)] \times 100 \%$$

- *Share* Keuntungan

$$Skj_s = [Pij_s / (Pr_s - Pf_s)] \times 100 \%$$

$$Pij_s = Hjj_s - Hbj_s - cij_s$$

Keterangan :

$Sp_s$  = bagian (*share*) yang diterima Pabrik Beras Sukoreno Makmur (%)

$Pr_s$  = harga tingkat konsumen sekam (rupiah/kilogram)

$Pf_s$  = harga sekam di Pabrik Beras Sukoreno Makmur (rupiah/ kilogram)

$SBij_s$  = persentase biaya untuk melaksanakan fungsi

pemasaran sekam ke-I oleh lembaga pemasaran ke-j

$cij_s$  = biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran sekam ke-

I oleh lembaga pemasaran sekam ke-j (rupiah per kg)

$Skj_s$  = Persentase keuntungan lembaga pemasaran sekam ke-j (%)

$Pij_s$  = Keuntungan lembaga pemasaran sekam ke-j (rupiah/ kg)

$Hjj_s$  = Harga jual sekam lembaga pemasaran ke j (rupiah/ kg)

$Hbj_s$  = Harga beli sekam lembaga pemasaran ke-j (rupiah/ kg)

#### 8. Rumus distribusi margin pemasaran dedak

- *Share* Harga

$$Sp_d = (Pf_d / Pr_d) \times 100\%$$

- *Share* Biaya

$$SBij_d = [cij_d / (Pr_d - Pf_d)] \times 100 \%$$

- *Share* Keuntungan

$$Skj_d = [Pij_d / (Pr_d - Pf_d)] \times 100 \%$$

$$Pij_d = Hjj_d - Hbj_d - cij_d$$

Keterangan :

$Sp_d$  = bagian (*share*) yang diterima Pabrik Beras Sukoreno Makmur (%)

$Pr_d$  = harga tingkat konsumen dedak (rupiah/kilogram)

$Pf_d$  = harga dedak di Pabrik Beras Sukoreno Makmur (rupiah/ kilogram)

$SBij_d$  = persentase biaya untuk melaksanakan fungsi

pemasaran dedak ke-I oleh lembaga pemasaran ke-j

$cij_d$  = biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran dedak ke-

I oleh lembaga pemasaran dedak ke-j (rupiah per kg)

$Skj_d$  = persentase keuntungan lembaga pemasaran dedak ke-j (%)

$Pij_d$  = Keuntungan lembaga pemasaran dedak ke-j (rupiah/kg)

$Hjj_d$  = Harga jual dedak lembaga pemasaran ke j (rupiah/ kg)

$Hbj_d$  = Harga beli dedak lembaga pemasaran ke-j (rupiah/ kg)

Nilai tambah pengolahan gabah di analisis dengan menggunakan nilai tambah metode hayami. Adapun prosedur perhitungan analisis nilai tambah dengan menggunakan Metode Hayami dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

No	Variabel	Nilai
<b>Output, Input dan Harga Output</b>		
1	Volume Penjualan (Output)	
	a. <i>Primary product</i> (kg)	
	b. <i>Side product</i> (kg)	
	c. Total Volume penjualan	(1c)
2.	(kg)	(2)
3.	Bahan baku (kg)	(3)
4.	Tenaga kerja langsung (HOK)	(4) = (1c)/(2)
5.	Faktor Konversi	(5) = (3)/(2)
	Koefisien tenaga kerja	
6.	langsung (HOK)	(6)
7.	Harga <i>Output</i> ( Rp/ kg)	(7)
	Upah tenaga kerja langsung (Rp)	
<b>Penerimaan dan Keuntungan</b>		
8.	Harga bahan baku (Rp/ kg GKG)	(8)
9.	Harga input lain (Rp/ kg input)	(9)
10.	input	(10) = (4) x (6)
11.	Nilai <i>output</i> (Rp/ kg input)	(11a) = (10) – (8) – (9)
	a. Nilai tambah (Rp/ kg)	(11b) = (11a)/(10) x 100
12.	b. Rasio nilai tambah (%)	(12a) = (5) x (7)
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (Rp )	(12b) = (12a)/(11a) x 100
	b. Pangsa tenaga kerja	
13.	langsung (%)	(13a) = (11a) – (12a)
	a. Keuntungan (Rp/Kg)	(13b) = (13a)/(10) x 100
	b. Tingkat keuntungan (%)	
<b>Balas jasa pemilik faktor produksi</b>		
14.	Marjin (Rp/kg)	(14) = (10) – (8)
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	(14a) = (12a)/(14) x 100
	b. Sumbangan Input Lain (%)	(14b) = (9)/(14) x 100
	c. Keuntungan Perusahaan (%)	(14c) = (13a)/(14) x 100

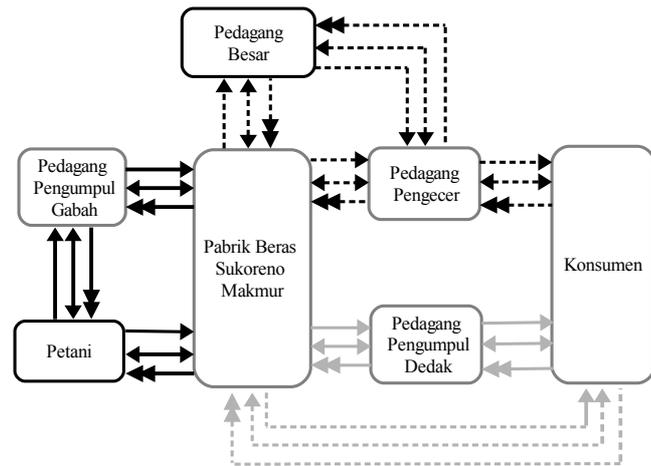
Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai tambah > 0 artinya perlakuan mampu memberikan nilai tambah.
2. Apabila nilai tambah < 0 maka perlakuan tersebut tidak mampu memberikan nilai tambah

## HASIL

**Aliran Produk, Aliran Keuangan dan Aliran Informasi pada Rantai Pasokan Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur**

Manajemen rantai pasok merupakan suatu kesatuan sistem pemasaran yang mencakup keterpaduan antar pelakunya sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Pelaksanaan manajemen rantai pasok meliputi pengenalan anggota rantai pasokan dan dengan siapa dia berhubungan, proses apa yang dilakukan pada tiap hubungan antara pelaku dari rantai pasok. Tujuannya adalah untuk memenangkan persaingan dan keuntungan bagi perusahaan dan seluruh anggota, termasuk pada konsumen akhir.

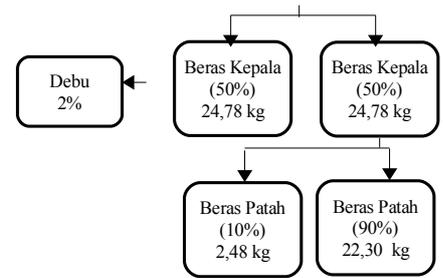
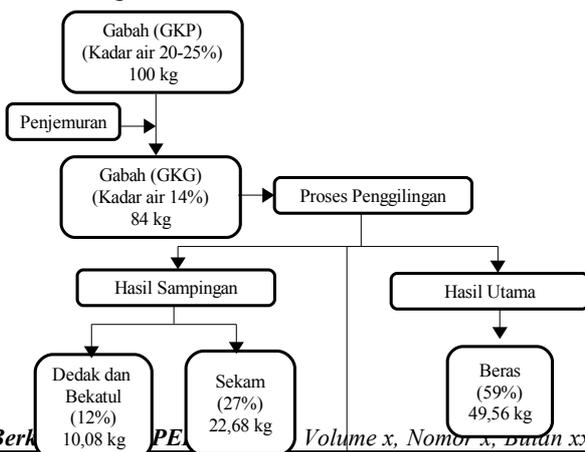


Keterangan:  
 —> Aliran produk gabah      —> Aliran produk dedak  
 <—> Aliran keuangan gabah      <—> Aliran keuangan dedak  
 <—> Aliran informasi gabah      <—> Aliran informasi dedak  
 <—> Aliran produk beras      <—> Aliran produk sekam  
 <—> Aliran keuangan beras      <—> Aliran keuangan sekam  
 <—> Aliran informasi beras      <—> Aliran informasi sekam

Gambar 1. Aliran Rantai Pasok Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur

Berdasarkan Gambar 1. diketahui bahwa terdapat beberapa pelaku yang terlibat dalam rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Aliran rantai pasok padi pasca panen terdiri dari aliran rantai pasok beras, aliran rantai pasok dedak dan aliran rantai pasok sekam. Setiap aliran rantai pasok memiliki aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Pelaku yang terlibat dalam rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur antara lain: petani, pedagang pengumpul gabah, Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

Pada komoditas padi pasca panen terdapat perubahan nilai dari gabah menjadi beras, hal tersebut dapat dijelaskan berdasarkan gambar 2.

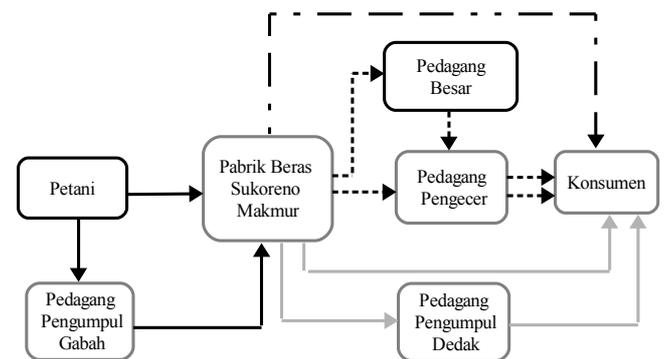


Gambar 2. Aliran Proses dan Produk Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

Berdasarkan Gambar 2. yaitu aliran proses dan produk padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah gabah yang diterima oleh Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah Gabah Kering Panen (GKP). Gabah Kering Panen (GKP) merupakan hasil akhir dari produksi pertanian padi yang menjadi bahan baku utama dalam proses penggilingan padi menjadi beras. Gabah Kering Panen (GKP) dijemur terlebih dahulu untuk mengurangi kadar air dari 20-25% menjadi 14% dan siap untuk dilakukan proses penggilingan. Gabah Kering Giling (GKG) adalah bahan awal dari hasil olahan petani untuk kemudian dimasukkan dalam sistem penggilingan padi. Setelah melalui proses penggilingan, didapatkan hasil sebesar 59% beras atau sebanyak 49,56 kg beras, dimana beras tersebut terbagi menjadi dua yaitu sebanyak 24,78 kg (50%) beras kepala dan 50% sisanya adalah broken. Beras broken ini dibagi lagi menjadi dua yaitu beras patah dan menir. Beras broken sebanyak 10% atau 2,48 kg dan beras menir sebesar 90% atau sekitar 22,30 kg. Hasil sampingan dari pengolahan gabah menjadi beras yaitu dedak dan sekam. Gabah yang telah melalui proses penggilingan menghasilkan sebesar 12% dedak atau sebesar 10,08 kg dan sekam sebesar 27% atau sebesar 22,68 kg.

**Efisiensi Saluran Pemasaran Beras pada Rantai Pasokan Beras di Pabrik Beras Sukoreno Makmur**

Pemasaran adalah hal yang penting dalam penyaluran beras kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan saluran pemasaran padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Dibawah ini adalah bentuk saluran pemasaran padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur.



Keterangan:  
 —> Aliran Pemasaran Gabah      - -> Aliran Pemasaran Sekam  
 <—> Aliran Pemasaran Beras      <—> Aliran Pemasaran Dedak

Gambar 3. Saluran Pemasaran Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur

Gambar 3. menjelaskan mengenai saluran pemasaran padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Berdasarkan gambar diatas, produk padi pasca panen mengalir dari petani

hingga konsumen akhir. Terdapat 4 macam produk yang dipasarkan yaitu gabah, beras, sekam dan dedak. Gabah merupakan hasil padi pasca panen dari petani sedangkan pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur memiliki 3 macam bentuk produk padi pasca panen yaitu beras, sekam dan dedak.

Tabel 2. Hasil Analisis Efisiensi Pemasaran Padi Pasca Panen

No.	Saluran Pemasaran	Efisiensi Saluran Pemasaran (%)
1.	Saluran Pemasaran Gabah	0
	Saluran nol (0) tingkat	0,87
2.	Saluran Pemasaran Beras	0,60%
	Saluran 1 tingkat	0,96%
3.	Saluran Pemasaran Sekam 0 tingkat	0%
4.	Saluran pemasaran dedak	0%
	Saluran 0 tingkat	2,28%
	Saluran 1 tingkat	

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Selanjutnya hasil efisiensi pemasaran ditunjukkan pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2. hasil perhitungan efisiensi pemasaran gabah pada Rantai Pasokan Padi Pasca Panen, saluran pemasaran gabah nol (0) tingkat memiliki efisiensi sebesar 0% dan efisiensi saluran pemasaran gabah 1 tingkat adalah sebesar 0,87%. Saluran pemasaran beras terdiri dari 2 pola saluran pemasaran yaitu Saluran pemasaran beras 1 tingkat adalah sebesar 0,60% dan efisiensi saluran pemasaran beras 2 tingkat adalah 0,96%. Sedangkan Efisiensi pemasaran sekam adalah 0% artinya bahwa saluran pemasaran sekam efisien. Saluran pemasaran dedak terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 tingkat dan saluran pemasaran 0 tingkat.

Selanjutnya setelah mengetahui perhitungan efisiensi pemasaran juga dilakukan perhitungan mengenai margin pemasaran, distribusi margin dan *share* saluran pemasaran padi pasca panen yang ditunjukkan pada tabel 3. Tabel 3 menunjukkan bahwa saluran pemasaran gabah, beras, sekam dan dedak efisien apabila dilihat berdasarkan nilai margin pemasaran, distribusi margin dan *share*.

Tabel 3. Margin Pemasaran, Distribusi Margin dan Share Saluran Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur

No.	Saluran Pemasaran	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)		Share (%)		
			Ski	Sbi	Harga	Ski	Sbi
1.	Saluran Pemasaran Gabah						
	Saluran nol tingkat	0	100	0	100	0	0
	Saluran 1 tingkat	357,14	90,58	9,42	90,78	8,36	0,87
2.	Saluran Pemasaran Beras						
	Saluran 1 tingkat	166,67	70	30	98,01	1,39	0,6
	Saluran 2 tingkat	366,67	78,05	21,95	95,62	3,42	0,96
3.	Saluran Pemasaran Sekam 0 tingkat	0	100	0	100	0	0
4.	Saluran Pemasaran Dedak						
	Saluran nol tingkat	0	100	0	100	0	0
	Saluran 1 tingkat	183,33	70,36	29,64	92,31	5,41	2,28

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

### Nilai Tambah Padi Pasca Panen pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur

Nilai tambah juga merupakan salah satu tolak ukur dari rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Nilai tambah yang digunakan adalah nilai tambah dengan menggunakan metode hayami. Perhitungan nilai tambah pada proses pengolahan gabah dengan tujuan untuk mengukur besarnya nilai tambah yang terjadi akibat pengolahan gabah

menjadi beras, sekam dan dedak yang siap untuk dipasarkan. Nilai tambah diperoleh dari proses pengolahan gabah menjadi produk olahan. Produk olahan yang dihasilkan adalah beras sebagai main product dan sekam serta dedak sebagai side product. Nilai tambah yang digunakan yaitu dalam satu kali produksi gabah (dalam 1 hari). Perhitungan nilai tambah pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak tersaji dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. Perhitungan Nilai Tambah Pengolahan Gabah Menjadi Beras, Sekam dan Dedak

No	Variabel	Satuan	Nilai
<b>Output, Input dan Harga Output</b>			
1.	Volume Penjualan		
	a. Primary Product (Beras)	(kg)/Hari	4.720
	b. Side Product		
	Sekam	(kg)/Hari	2.160
	Dedak	(kg)/Hari	960
	Total Volume Penjualan	(kg)/Hari	7.840
2.	Bahan Baku	(kg)	8.000
3.	Tenaga Kerja Langsung	HOK/Hari	16
4.	Faktor Konversi		
	a. Keseluruhan (Beras, Sekam, Dedak)		0,98
	b. Primary Product (Beras)		0,59
	c. Side Product		
	Sekam		0,27
	Dedak		0,12
5.	Koefisien Tenaga Kerja Langsung	HOK/Kg	0,002
6.	Harga Output		
	a. Primary Product (Beras)	(Rp/kg)	8.000
	b. Side Product		
	Sekam	(Rp/kg)	300
	Dedak	(Rp/kg)	2.400
7.	Upah Tenaga Kerja Langsung	(Rp/Hari)	472.000
<b>Penerimaan dan Keuntungan</b>			
8.	Harga Bahan Baku	(Rp/Kg)	3800
9.	Biaya Input Lain		
	a. Biaya Transportasi	(Rp/Kg)	25,00
	b. Biaya Packing	(Rp/Kg)	60
	c. Biaya Giling	(Rp/Kg)	100
	Total Harga Input Lain	(Rp/Kg)	185,00
10.	Nilai Output		
	a. Keseluruhan (Beras, Sekam, Dedak)	Rp/Kg)	5089,00
	b. Primary Product (Beras)	(Rp/Kg)	4720,00
	c. Side Product		
	Sekam	(Rp/Kg)	81,00
	Dedak	(Rp/Kg)	288,00
11.	a. Nilai Tambah		
	Keseluruhan (Beras, Sekam, Dedak)	(Rp/Kg)	1104,00
	Beras	(Rp/Kg)	735,00
	Sekam	(Rp/Kg)	81,00
	Dedak	(Rp/Kg)	288,00
	b. Rasio Nilai Tambah		
	Keseluruhan (Beras, Sekam, Dedak)	(%)	21,69
	Beras	(%)	14,44
	Sekam	(%)	1,59
	Dedak	(%)	5,66
12.	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	(Rp/Kg)	944,00
	b. Pangsa Tenaga Kerja Langsung	(%)	85,51
	Keseluruhan (Beras, Sekam, Dedak)		
13.	a. Keuntungan	(Rp/Kg)	160
	b. Tingkat Keuntungan	(%)	3,14
<b>Balas jasa pemilik faktor produksi</b>			
14.	Marjin (Rp/kg)	(Rp/Kg)	1.289,00

a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	(%)	73,24
b. Sumbangan Input Lain (%)	(%)	14,35
c. Keuntungan Perusahaan (%)	(%)	12,41

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Keterangan:

Tenaga Kerja dihitung berdasarkan satuan Hari Orang Kerja (HOK)

## PEMBAHASAN

### Aliran Produk, Aliran Keuangan dan Aliran Informasi pada Rantai Pasokan Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur

Rantai pasokan padi pasca panen memiliki aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Struktur rantai pasok menjelaskan mengenai pihak-pihak yang terlibat pada rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. ditunjukkan pada gambar 1. Aliran rantai pasok padi pasca panen terdiri dari aliran rantai pasok beras, aliran rantai pasok dedak dan aliran rantai pasok sekam. Peran masing-masing pelaku dalam rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah sebagai berikut:

#### 1. Petani

Petani padi dalam rantai pasok padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur terbagi menjadi dua yaitu petani kecil dan petani besar. Petani kecil adalah petani yang rata-rata memiliki luas lahan sekitar 1-3 Ha dan menjual gabah kepada pedagang pengumpul juga serta ada yang menjual gabahnya langsung kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Petani besar merupakan petani yang memiliki lahan sekitar 4-6 Ha dan merangkap sebagai pedagang pengumpul serta menerima pasokan gabah dari petani kecil dan menjual gabahnya langsung kepada Pabrik Beras.

#### 2. Pedagang Pengumpul Gabah

Pedagang pengumpul ini berperan dalam mengumpulkan gabah hasil dari petani. Pedagang pengumpul ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu pedagang pengumpul yang hanya mengumpulkan gabah dari petani tanpa mempunyai lahan, kemudian dijual kepada Pabrik Beras, atau pedagang pengumpul lain. Kemudian yang kedua yaitu pedagang pengumpul yang memiliki lahan padi sendiri dan juga mengumpulkan gabah dari petani lain, kemudian dijual kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

#### 3. Pabrik Beras Sukoreno Makmur

Pabrik Beras Sukoreno Makmur merupakan pelaku inti karena mengolah gabah menjadi beras, sekam dan dedak kemudian memasarkan kepada masyarakat. Pabrik Beras juga berperan sebagai *supplier* memberikan pasokan beras, sekam dan dedak kepada industri apabila kekurangan stok beras.

#### 4. Pedagang Besar

Pedagang besar berperan sebagai penghubung antara Pabrik Beras dan pelaku lain yang terlibat dalam pemasaran beras di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Selain sebagai penghubung, pedagang besar juga membantu melakukan promosi kepada konsumen di luar Kabupaten Jember.

#### 5. Pedagang Eceran

Pedagang pengecer ini merupakan penghubung antara Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan konsumen. Pabrik Beras Sukoreno Makmur juga mendistribusikan beras kepada koperasi.

#### 6. Konsumen

Konsumen dalam rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur terbagi menjadi 3 yaitu

- Konsumen beras : konsumen rumah tangga dan konsumen rumah makan.
- Konsumen dedak : pabrik pakan ternak dan peternak unggas.
- Konsumen sekam : pembuat batu bata merah dan peternak unggas.

Pada gambar 1 tentang aliran rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur menunjukkan terdapat tiga aliran yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Pabrik Beras Sukoreno Makmur memiliki 3 bentuk produk yaitu beras medium sebagai *main product* dan sekam serta dedak sebagai *side product*.

#### 1. Aliran Produk

Aliran proses dan produk padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur ditunjukkan pada gambar 2. Aliran produk merupakan aliran material atau fisik dari pemasok ke pelanggan. Berdasarkan gambar 2 terjadi perubahan bentuk, dari padi menjadi gabah, kemudian dari gabah menjadi beras, dedak dan sekam. Pada aliran produk ini, gabah dari petani disalurkan ke 2 lembaga pemasaran yaitu dijual kepada pedagang pengumpul dan dijual langsung kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Selain menerima gabah dari petani, Pabrik Beras Sukoreno Makmur juga memperoleh gabah dari lahan milik sendiri. Aliran produk selanjutnya yaitu aliran produk dari pedagang pengumpul kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur berupa gabah. Pedagang pengumpul mengumpulkan gabah dari petani kemudian disalurkan ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur, selain itu, juga menyalurkan kepada pedagang pengumpul lain yang memerlukan gabah.

Beras yang dihasilkan Pabrik Beras Sukoreno Makmur dibagi menjadi Terdapat 3 macam produk yang dihasilkan oleh Pabrik Beras Sukoreno Makmur yaitu:

- Beras Cap Jagung dan Cap Bunga
- Beras Cap Niki.
- Beras Cap Lonceng

Beras dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur dijual kepada pedagang besar dan pedagang eceran. Penjualan beras yang dilakukan Pedagang Besar adalah menjual beras secara langsung kepada konsumen dan juga menjual lagi pada pedagang eceran. Lembaga pemasaran selanjutnya yang juga ikut berperan dalam aliran produk padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah pedagang pengecer. Pedagang pengecer ini menjual beras dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur secara langsung kepada konsumen karena lebih mudah dalam hal pemasaran dan lebih cepat. Pabrik Beras Sukoreno Makmur juga mendistribusikan beras kepada koperasi.

Aliran produk dedak berbeda dengan aliran produk beras. Dedak yang dihasilkan oleh Pabrik Beras Sukoreno Makmur ini kemudian didistribusikan ke pedagang pengumpul dedak dan konsumen. Pedagang pengumpul dedak menerima pasokan dedak dari pabrik – pabrik beras di Kecamatan Kalisat kemudian dijual kembali ke pabrik pengolahan pakan ternak. Pabrik Beras Sukoreno Makmur juga menjual dedak langsung kepada konsumen dedak

Aliran produk sekam yaitu sekam ini akan langsung dijual oleh Pabrik Beras Sukoreno Makmur kepada konsumen. Pabrik Beras Sukoreno Makmur sudah memiliki langganan tetap dalam menjual sekam. Konsumen sekam adalah pembuat batu bata merah dan peternak unggas. Sekam digunakan sebagai bahan bakar batu bata merah dan juga digunakan sebagai pelapis dasar kandang ternak unggas.

#### 2. Aliran Keuangan

Berdasarkan gambar 2 aliran keuangan yang pertama terjadi antara Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan petani. Sistem pembayaran yang dilakukan yaitu sistem pembayaran tunai. Aliran keuangan juga mengalir dari pedagang pengumpul gabah kepada petani. Sistem pembayaran yang dilakukan yaitu tunai. Aliran keuangan selanjutnya terjadi antara Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan pedagang pengumpul gabah. Sistem pembayaran yang dilakukan yaitu pembayaran secara tunai.

Aliran keuangan selanjutnya mengalir dari pedagang besar dan pedagang pengecer kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Aliran keuangan dari pedagang besar ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Sistem pembayaran yang dilakukan adalah langsung secara tunai. Pabrik beras Sukoreno Makmur, setiap periode tertentu mengirimkan beras kepada pedagang besar. Pembayaran yang dilakukan dibagi menjadi 2 macam yaitu pembayaran secara tunai di awal dan pembayaran secara tunai di akhir.

Pabrik Beras Sukoreno Makmur juga melayani pedagang pengecer di Kecamatan Kalisat. Aliran keuangan mengalir dari pedagang pengecer ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Sistem pembayaran yang dilakukan secara tunai. Aliran keuangan juga mengalir dari pedagang pengecer kepada Pedagang besar. Sistem pembayaran yang dilakukan adalah secara tunai. Aliran keuangan terjadi pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan Koperasi. Sistem pembayaran yang dilakukan Koperasi adalah konsinyasi.

Aliran keuangan juga terdapat pada produk sampingan padi pasca panen yaitu sekam dan dedak.

#### a) Aliran Keuangan sekam

Aliran keuangan sekam mengalir langsung dari konsumen ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Konsumen dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah pembuat batu bata merah. Pembuat batu bata melakukan pembayaran secara tunai kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

#### b) Aliran Keuangan Dedak

Aliran keuangan mengalir dari konsumen ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Konsumen dedak dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah pabrik pakan ternak. Sistem pembayaran yang dilakukan adalah secara tunai. Aliran keuangan dedak juga terjadi pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan pedagang pengumpul dedak. Sistem pembayaran yang dilakukan adalah tunai.

### 3. Aliran Informasi

Aliran informasi ini terbagi menjadi dua yaitu aliran informasi horisontal dan aliran informasi vertikal. Aliran komunikasi horisontal pada rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur terjadi pada antar petani, antar pedagang pengumpul, antar pabrik beras, antar pedagang besar, antar pedagang pengecer dan antar konsumen. Aliran informasi secara vertikal pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur antara lain:

#### a) Aliran informasi antara petani dengan pedagang pengumpul gabah serta petani dengan Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

Aliran informasi terjadi pada petani dan pedagang pengumpul. Aliran informasi yang terjadi yaitu mengenai perkembangan harga gabah dan permintaan gabah. Aliran informasi yang mengalir antara petani dan Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah mengenai harga gabah di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Penentuan harga gabah oleh Pabrik Beras Sukoreno Makmur yaitu dengan adanya saling koordinasi antar penggilingan padi.

#### b) Aliran Informasi antara pedagang pengumpul gabah dan Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

Informasi yang mengalir antara pedagang pengumpul gabah dan Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah harga gabah, permintaan gabah dan kualitas gabah yang dapat diterima oleh Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

#### c) Aliran informasi antara Pabrik Beras Sukoreno Makmur dengan

pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen.

Aliran informasi yang terjadi mengenai harga beras dan permintaan beras di pasar. Harga beras di pasar ditentukan oleh Pabrik Beras Sukoreno Makmur dengan memperhatikan kualitas beras yang dihasilkan dan informasi pasar mengenai harga beras. Dalam menentukan harga beras, Pabrik Beras Sukoreno Makmur berkoordinasi dengan penggilingan padi lain mengenai harga beras.

Pabrik Beras Sukoreno Makmur tidak pernah mengetahui peraturan pemerintah mengenai harga jual gabah di pasaran. Berdasarkan Instruksi Presiden Republik Indonesia Tahun 2012 mengenai Pengadaan gabah/ beras dalam negeri dijelaskan bahwa Harga Pembelian Beras dalam negeri dengan kualitas kadar air maksimum 14%, butir patah maksimum 20% dan kadar butir maksimum 2% dan derajat sosoh minimum 95% adalah sebesar Rp 6.600 perkilogram. Gabah yang dikirimkan oleh pedagang pengumpul kadar hampa 25% dan rendemen tinggi. Apabila hal ini disesuaikan dengan Inpres Nomor 3 Tahun 2012, maka kualitas yang diterima oleh Pabrik Beras Sukoreno Makmur rendah. Hal ini sangat mempengaruhi kualitas beras yang dihasilkan.

#### d) Aliran informasi antara pedagang besar dengan pedagang pengecer

Informasi yang terjadi yaitu mengenai harga beras dan permintaan beras. Biasanya informasi mengenai harga beras didapatkan pedagang besar dari Pabrik Beras. Pedagang pengecer memberikan informasi berupa jumlah beras yang diminta oleh konsumen kepada pedagang besar. Aliran informasi antara pedagang besar dan pedagang pengecer berkaitan dengan jumlah permintaan dan harga beras.

#### e) Aliran informasi antara konsumen dengan pedagang pengecer dan konsumen dengan pedagang besar.

Informasi yang terjadi di tingkat konsumen adalah informasi mengenai kualitas beras, permintaan beras dan harga beras. Informasi kualitas beras dari konsumen ini didapatkan dari komentar konsumen mengenai beras yang dihasilkan Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Kualitas beras ini menentukan jumlah permintaan beras oleh konsumen.

### **Efisiensi Saluran Pemasaran Beras pada Rantai Pasokan Beras di Pabrik Beras Sukoreno Makmur**

#### 1. Saluran Pemasaran Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur

Pemasaran adalah hal yang penting dalam penyaluran beras kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan saluran pemasaran padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Dibawah ini adalah bentuk saluran pemasaran padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Saluran pemasaran pertama yaitu saluran pemasaran 0 tingkat. Dalam saluran pemasaran pertama ini petani langsung menjual gabahnya ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Saluran pemasaran kedua yaitu saluran pemasaran 1 tingkat, saluran pemasaran 1 tingkat karena proses penyaluran gabah dari petani melalui satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul.

Terjadi proses perubahan bentuk, dimana sebelumnya berupa gabah, terjadi perubahan bentuk menjadi beras, sekam dan dedak. Saluran Pemasaran beras yang terjadi di Pabrik Beras Sukoreno Makmur terdapat 2 jenis saluran pemasaran yaitu pemasaran beras 2 tingkat dan 1 tingkat. Saluran 1 tingkat karena proses penyaluran beras kepada konsumen melalui pedagang pengecer. Saluran Pemasaran yang kedua adalah saluran pemasaran 2 tingkat karena, beras sampai ke tangan konsumen melalui pedagang besar dan pedagang pengecer.

Pabrik Beras Sukoreno Makmur tidak hanya memproduksi beras, namun hasil sampingan dari beras yaitu dedak dan sekam. saluran pemasaran yang terjadi antara Pabrik Beras dan konsumen sekam yaitu saluran pemasaran 0 tingkat. Saluran 0 tingkat yaitu dalam menyalurkan barang, produsen tidak melibatkan lembaga pemasaran.

Saluran pemasaran dedak terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 0 tingkat dan saluran pemasaran 1 tingkat. Saluran pemasaran dedak 0 tingkat yaitu saluran pemasaran dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur kepada konsumen yaitu pabrik pembuatan pakan ternak. Saluran

pemasaran kedua yaitu saluran pemasaran 1 tingkat karena lembaga pemasaran yang terlibat 1 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dedak.

## 2. Efisiensi Pemasaran, Margin Pemasaran dan Distribusi Margin Pemasaran pada rantai Pasokan Padi Pasca Panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur.

Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima produsen dan harga yang diterima konsumen. Marjin pemasaran suatu komoditas terdiri dari biaya pemasaran yang dikeluarkan serta keuntungan yang didapat oleh produsen. Perhitungan tingkat efisiensi pemasaran, marjin pemasaran dan distribusi marjin pemasaran pada rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur terbagi menjadi 4 bagian yaitu gabah, beras, dedak dan sekam. Pembagian ini dilakukan karena terjadi perubahan bentuk dari gabah menjadi beras, dedak dan sekam.

Tabel 2 menunjukkan hasil perhitungan efisiensi pemasaran gabah pada Rantai Pasokan Padi Pasca Panen, saluran pemasaran gabah nol (0) tingkat memiliki efisiensi sebesar 0% dan efisiensi saluran pemasaran gabah 1 tingkat adalah sebesar 0,87%. Saluran pemasaran dikatakan paling efisien apabila memiliki efisiensi pemasaran mendekati 0, maka saluran pemasaran gabah yang paling efisien adalah saluran pemasaran 0.

Berdasarkan Tabel 3, nilai marjin pemasaran gabah pada saluran nol tingkat sebesar Rp 0,-. Dalam hal ini petani berperan sebagai produsen dan Pabrik Beras Sukoreno Makmur berperan sebagai konsumen yang nantinya akan mengolah gabah menjadi beras. Rata-rata harga jual di tingkat konsumen adalah Rp 3.766,67,-. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa saluran pemasaran gabah nol tingkat adalah efisien karena nilai marjin pemasaran lebih kecil dibandingkan harga di tingkat konsumen.

Saluran pemasaran gabah selanjutnya adalah saluran pemasaran gabah 1 tingkat, dimana dalam pemasarannya melibatkan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul. Pada saluran pemasaran 1 tingkat didapatkan nilai margin pemasaran sebesar Rp 357,14/kg dan *share* harga sebesar 90,78 % artinya bagian harga yang diterima oleh petani adalah sebesar 90,78%. *Share* keuntungan sebesar 8,36 % dan *share* biaya sebesar 0,87%. Nilai *share* keuntungan (8,36%) lebih besar daripada *share* biaya yaitu sebesar 0,87% artinya saluran pemasaran gabah 1 tingkat ini logis, karena keuntungan yang didapat lebih besar dari biaya pemasaran yang dikeluarkan. Saluran pemasaran gabah pada rantai pasokan padi pasca panen menguntungkan, hal ini dapat dilihat dari nilai margin keuntungan saluran pemasaran ini yaitu sebesar 90,58% lebih besar dari margin biaya yaitu sebesar 9,42%.

Berdasarkan tabel 2 dijelaskan mengenai hasil perhitungan efisiensi pemasaran beras di Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Pada tabel diatas dijelaskan bahwa efisiensi saluran pemasaran beras 1 tingkat adalah sebesar 0,60% dan efisiensi saluran pemasaran beras 2 tingkat adalah 0,96%. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran 1 tingkat, karena saluran pemasaran 1 tingkat memiliki nilai efisiensi pemasaran yang paling kecil.

Saluran pemasaran beras terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 tingkat dan saluran pemasaran 2 tingkat. Nilai margin pemasaran beras pada saluran pemasaran 1 Tingkat adalah sebesar Rp 166,67,- per kilogram beras. Hasil ini diperoleh dari selisih antara harga beli konsumen yaitu Rp 8.366,67,- dan harga jual produsen yaitu Rp8.200,-. Nilai *share* harga adalah 98,01% artinya bahwa bagian harga yang diterima Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah 98,01%. *Share* keuntungan adalah 1,39 % dan nilai *share* biaya sebesar 0,60%. Nilai *share* keuntungan (1,39%) lebih besar dari nilai *share*

biaya(0,60%) maka saluran pemasaran 1 tingkat menguntungkan karena nilai *share* keuntungan lebih besar nilai *share* biaya. Pabrik Beras Sukoreno Makmur mendapatkan nilai dari harga beras yang dijualnya sebesar Rp 8.200,- atau sebesar 98,01% dari harga di tingkat konsumen sebesar Rp 8.366,67,-.

Saluran pemasaran yang kedua adalah saluran pemasaran 2 tingkat karena untuk menyalurkan beras dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur ke konsumen membutuhkan 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer. Nilai margin pemasaran dari saluran pemasaran beras 2 tingkat adalah Rp 366,67 berarti nilai margin pemasaran untuk setiap kilogram beras adalah Rp 366,67 dimana nilai ini didapatkan dari pengurangan antara harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen yaitu Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Nilai bagian harga yang diterima Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah 95,62%. Saluran pemasaran beras dua tingkat adalah menguntungkan, dapat dilihat dari nilai *share* keuntungan yang didapatkan lebih besar dibandingkan dengan nilai *share* biaya. Nilai *share* keuntungan yang didapat adalah 3,42 % dan nilai *share* biaya adalah 0,96 %. hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang diterima pada saluran pemasaran ini lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan beras hingga ke konsumen.

Pabrik Beras Sukoreno Makmur selain memproduksi beras juga memproduksi sekam dan dedak sebagai *side product* dari beras. Saluran pemasaran sekam dan dedak masih belum memiliki lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam menyalurkan sekam dan dedak kepada konsumen. Efisiensi pemasaran sekam adalah 0% artinya bahwa saluran pemasaran sekam efisien. Saluran pemasaran dedak terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 tingkat dan saluran pemasaran 0 tingkat. Saluran pemasaran dedak yang paling efisien adalah saluran pemasaran 0 tingkat karena nilai efisiensi pemasaran 0 tingkat lebih kecil dibandingkan saluran pemasaran 1 tingkat.

Margin pemasaran dedak pada saluran pemasaran 1 tingkat adalah sebesar Rp 183,33. Nilai *share* keuntungan adalah sebesar 5,41 % dan nilai *share* biaya adalah sebesar 2,28%. Distribusi marjin keuntungan pedagang pengumpul adalah Rp 129,00 atau sebesar 70,36% artinya bahwa keuntungan yang didapat pedagang pengumpul adalah Rp 129. Nilai Distribusi marjin biaya pedagang pengumpul adalah sebesar 13,64% untuk biaya transportasi dan 16% untuk biaya tenaga kerja.

## Nilai Tambah Padi Pasca Panen pada Pabrik Beras Sukoreno Makmur

Nilai tambah diperoleh dari proses pengolahan gabah menjadi produk olahan. Produk olahan yang dihasilkan adalah beras sebagai *main product* dan sekam serta dedak sebagai *side product*. Nilai tambah yang digunakan yaitu dalam satu kali produksi gabah (dalam 1 hari). Berdasarkan Tabel 3, dijelaskan bahwa dalam satu kali produksi dalam 1 hari, Pabrik Beras Sukoreno Makmur memerlukan 8.000 kg gabah dapat menghasilkan beras sebanyak 4.720 kg, sekam 2160 kg dan dedak 960 kg dalam satu kali produksi.

Nilai faktor konversi utuk pengolahan gabah secara keseluruhan adalah 0,98. Nilai faktor konversi beras sebagai produk utama adalah 0,59 artinya bahwa setiap 1 kg jumlah input gabah akan menghasilkan output sebesar 0,59 kilogram. Nilai faktor konversi sekam adalah 0,27 artinya setiap 1 kg jumlah input gabah akan menghasilkan sekam sebanyak 0,27 kilogram dan nilai faktor konversi dedak sebesar 0,12 artinya setiap 1 kg jumlah input menghasilkan 0,12 kg dedak.

Harga bahan baku pada rantai pasokan padi pasca panen adalah Rp 3.800,- artinya bahwa harga bahan baku yang dibayarkan Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah Rp 3.800 per

kilogramnya. Total dari sumbangan dari input lain adalah Rp 185,-, Total sumbangan input lain ini didapatkan dari penjumlahan biaya transportasi, biaya packing dan biaya giling. Nilai output secara keseluruhan dari pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak yaitu Rp 5.089,-. Nilai output keseluruhan merupakan total dari nilai output beras, sekam dan dedak. Nilai output beras adalah sebesar Rp 4.720,- artinya nilai output yang dihasilkan dari setiap 1 kilogram gabah adalah sebesar Rp 4.720 kilogram beras. Nilai output dedak dan sekam adalah nilai output dedak Rp 288 dan sekam adalah Rp 81 per kilogram.

Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan gabah menjadi keseluruhan (beras, sekam dan dedak) di Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah positif, ditunjukkan dengan nilai sebesar Rp 1.104,- artinya bahwa setiap kilogram input dapat menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 1.104. Rasio nilai tambah pengolahan gabah secara keseluruhan yaitu 21,69 % menunjukkan bahwa setiap Rp 100,- nilai produk akan diperoleh nilai tambah sebesar Rp 21,69,-. Nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan setiap kilogram gabah menjadi beras sebesar Rp 735,-. Hal ini berarti setiap 1 kilogram gabah akan menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 735,-. Rasio nilai tambah pengolahan gabah menjadi beras adalah 14,44%, hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 100,- nilai produk akan diperoleh nilai tambah Rp 14,44,-.

Berdasarkan hasil penelitian, nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan gabah menjadi sekam adalah sebesar Rp 81,- dengan rasio nilai tambah sebesar 1,59 % dari total gabah yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa pengolahan gabah menjadi beras mampu memberikan nilai tambah karena nilai tambahnya lebih dari nol. Nilai tambah dedak adalah positif yaitu sebesar Rp 288,- dengan rasio sebesar 5,66 %. Nilai tambah dedak menunjukkan angka Rp 288,- artinya bahwa setiap kilogram bahan baku, akan menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 288,- dan diperoleh rasio nilai tambah 5,66% artinya bahwa sekam dan dedak dapat memberikan nilai tambah sebagai *side product* dari beras.

Pendapatan tenaga kerja langsung dalam rantai pasokan padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah sebesar Rp 944,-, dimana penggunaan tenaga kerja ini didapatkan per satu kali proses produksi. Pangsa tenaga kerja langsung diperoleh nilai sebesar 85,81% berarti bagian tenaga kerja terhadap nilai tambah adalah 85,81% dari total nilai tambah. Keuntungan yang didapatkan Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah sebesar Rp 160,- dengan tingkat keuntungan 3,14 %. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh Pabrik Beras Sukoreno adalah sebesar Rp 160,- setiap kilogram dari total nilai output.

Berdasarkan tabel 3. diketahui bahwa balas jasa yang diterima Pabrik Beras Sukoreno Makmur untuk pengolahan gabah menjadi dedak adalah Rp 1.289,-. Marjin yang didapat dari pengolahan gabah menjadi dedak terdiri dari keuntungan perusahaan, sumbangan dari input lain dan pendapatan tenaga kerja langsung. Pada pengolahan gabah menjadi dedak keuntungan Pabrik Beras Sukoreno Makmur 12,41%, pendapatan tenaga kerja langsung sebesar 73,24% dan sumbangan input lain sebesar 14,35% artinya bahwa distribusi keuntungan yang paling besar diperoleh oleh Pendapatan tenaga kerja pada balas jasa faktor produksi.

Pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak secara keseluruhan mampu memberikan nilai tambah kepada Pabrik Beras Sukoreno Makmur karena nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan gabah secara keseluruhan adalah positif. Apabila dilakukan perhitungan secara parsial yaitu pengolahan gabah menjadi beras, pengolahan gabah menjadi dedak dan pengolahan gabah menjadi sekam juga memberikan nilai positif.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Pabrik Beras Sukoreno Makmur telah melakukan sistem kegiatan manajemen rantai pasok padi pasca panen. Terdapat tiga aliran dalam manajemen rantai pasok, Aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur adalah sebagai berikut:
  - a) aliran produk gabah mengalir dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan juga dari petani ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur. Aliran keuangan gabah mengalir dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur ke pedagang pengumpul dan dari pedagang pengumpul ke petani berupa pembayaran uang secara tunai, aliran keuangan juga mengalir dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur langsung ke petani berupa pembayaran tunai. Aliran informasi terjadi antara petani dan pedagang pengumpul berupa informasi mengenai harga gabah dan permintaan gabah, kemudian aliran informasi antara pedagang pengumpul gabah dan Pabrik Beras Sukoreno Makmur berupa harga gabah kualitas gabah dan permintaan gabah.
  - b) aliran produk beras mengalir dari pedagang besar kemudian ke pedagang pengecer hingga pada konsumen akhir serta aliran produk beras mengalir dari pedagang pengecer langsung ke konsumen. Aliran Keuangan beras mengalir dari konsumen beras ke pedagang pengecer kemudian ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur berupa pembayaran beras secara tunai. Aliran informasi terjadi antara Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan pedagang besar, pedagang besar dan pedagang pengecer, pedagang pengecer dan konsumen serta Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan pedagang pengecer, informasi yang terjadi yaitu berupa informasi harga beras, permintaan beras, serta kualitas beras yang baik.
  - c) aliran produk dedak mengalir dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur ke pedagang pengumpul dedak kemudian ke konsumen dedak serta Pabrik Beras Sukoreno Makmur ke konsumen. Aliran keuangan mengalir dari konsumen dedak ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur berupa pembayaran dedak secara tunai. Aliran informasi terjadi antara Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan pedagang pengumpul dedak, Pabrik Beras Sukoreno Makmur dan konsumen serta pedagang pengumpul dedak dan konsumen yaitu berupa informasi mengenai harga dedak dan permintaan dedak.
  - d) aliran produk sekam mengalir dari Pabrik Beras Sukoreno Makmur ke konsumen. Aliran keuangan mengalir dari konsumen ke Pabrik Beras Sukoreno Makmur berupa pembayaran sekam secara tunai dan aliran informasi yang terjadi yaitu informasi mengenai harga sekam dan permintaan sekam.
2. Pemasaran padi pasca panen di Pabrik Beras Sukoreno Makmur terbagi menjadi 4 berdasarkan produk yang berkaitan yaitu :
  - a) saluran pemasaran gabah terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 0 tingkat (petani → Pabrik Beras Sukoreno Makmur) dengan efisiensi saluran pemasaran sebesar 0% dan saluran pemasaran 1 tingkat (petani → pedagang pengumpul → Pabrik Beras Sukoreno Makmur) dengan efisiensi saluran pemasaran sebesar 0,87% dimana saluran pemasaran 0 tingkat lebih efisien dibandingkan 1 tingkat karena tidak membutuhkan lembaga pemasaran didalamnya.
  - b) saluran pemasaran beras terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur → pedagang pengecer → konsumen) dengan

- efisiensi saluran pemasaran sebesar 0,60 % dan saluran pemasaran 2 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen) dengan efisiensi saluran pemasaran sebesar 0,96% dimana saluran pemasaran 1 tingkat lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran 2 tingkat karena nilai efisiensi pemasaran yang lebih besar, share dan distribusi margin yang efisien.
- c) saluran pemasaran dedak terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 0 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur → Konsumen) dengan efisiensi saluran pemasaran sebesar 0% dan Saluran Pemasaran 1 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur → pedagang pengumpul → konsumen) dengan efisiensi saluran pemasaran sebesar 2,28% dimana saluran pemasaran 0 tingkat lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran 1 tingkat karena tidak memerlukan lembaga pemasaran
- d) saluran pemasaran sekam adalah saluran pemasaran 0 tingkat (Pabrik Beras Sukoreno Makmur → Konsumen), saluran pemasaran sekam efisien karena nilai efisiensi pemasaran adalah 0%.
3. Pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak secara keseluruhan mampu memberikan nilai tambah yang positif. Nilai tambah gabah menjadi beras, sekam dan dedak secara keseluruhan adalah sebesar Rp 1.104/kg. Nilai tambah parsial setiap produk pengolahan gabah memberikan nilai positif. Nilai tambah pengolahan gabah menjadi beras, sekam dan dedak berturut-turut adalah Rp 735/kg, Rp 81/kg dan Rp 288,-/kg.

#### Saran

1. Pabrik Beras sebagai sentral dalam agroindustri padi sebaiknya lebih aktif terhadap informasi – informasi mengenai kebijakan perberasan yang terdiri dari harga pokok gabah dan beras serta kebijakan pemerintah mengenai penggilingan padi.
2. Pabrik Beras Sukoreno Makmur perlu menambah alat pengolahan sekam dan dedak untuk memberikan nilai tambah yang lebih tinggi pada dedak dan sekam.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Mustapit SP., Msi. yang telah memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian karya ilmiah tertulis ini. Serta kepada pihak Pabrik Beras Sukoreno Makmur yang telah memberikan informasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. 2013. *Jumlah Penggilingan Padi Berdasarkan Kecamatan Tahun 2013*.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember. 2013. *Jumlah Penggilingan Padi Skala Besar Tahun 2005 – 2013*.
- Fathoni, Abdurrahman. 2005. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta Karya.
- Hikmat, Dr. Mahi M. 2011. *Metode penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- LPEM FEUI (Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia). 2001. *Bunga Rampai Ekonomi Beras*. Jakarta:LPEM FEUI.
- Nazir, Mohammad. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suryana, R.N., D. Rachmina, Sumedi dan T. Novianti. 2009. *Analisis Efisiensi dan Daya Saing Padi Pandan Wangi Indonesia*. Jurnal Pertanian.
- Rahim, Abd dan Hastuti, Diah Retno D. 2007. Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian. Jakarta : Penerbit Swadaya.
- Rahmat, Ridwan. 2012. *Model Penggilingan Padi Terpadu untuk meningkatkan Nilai Tambah*. Buletin Teknologi Pascapanen Pertanian 8(2) 99-111.
- Said, E. Gumbira dan Dewi, G. Chandra. 2004. *Rantai Pasokan Pangan dan Identifikasi SWOT Bagi Pengembangan Sentra Agribisnis Perberasan di Indonesia*. Jurnal Pangan Vol (8): 44-45.
- Tim Penulis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang. 2010. *Pertanian Berkelanjutan Berbasis Padi Melalui Jembatan SRI (The system of Rice Intensification)*. Malang.
- Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

