

Pemasaran Dan Distribusi Produk Agribisnis Padi Sawah (*Oryza sativa* L.)

Nomi Noviani S¹, Sri Wahyuni², Dian Habibie³, Rahmat Suryanto Pirngadi⁴

^{1,2,3} Universitas Muslim Nusantara Al – Washliyah

⁴ Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

nominoviani@umnaw.ac.id (1)

ABSTRACT

Indonesian has various agricultural subsectors such as smallholder agriculture, plantations, livestock, forestry, and fisheries,. Where for planting rice paddies is a subsector of food crops. very vital as a staple and the main source of carbohydrates for the Indonesian population. The research objectives listed in this paper are to describe the distribution pattern and marketing strategy of paddy rice agribusiness as well as analyze the factors of rice production and analyze the marketing margin. This research aims to understand how distribution channels, marketing costs, and government policies can affect farmers' welfare and the efficiency of the rice marketing chain. Increasing rice production and farmers' income is a government priority to reduce import dependency and ensure food security. During the harvest season, marketing challenges arise, including pricing mechanisms and distribution issues. The basic grain price policy is expected to maintain price stability and motivate farmers to remain passionate about farming. The research method used is descriptive method using qualitative and quantitative approaches. The quantitative approach was used to analyze marketing margins and production costs, while the qualitative approach was used to describe distribution patterns and marketing strategies. The research was conducted in Tanjung Baru Village, Tanjung Morawa Subdistrict, Deli Serdang Regency, Sumatra.

Keywords: Marketing, Distribution, Paddy Rice

ABSTRACT

Indonesia memiliki berbagai subsektor pertanian seperti pertanian rakyat, perkebunan, peternakan, kehutanan, dan perikanan,. Dimana untuk tanamana padi sawah merupakan subsektor tanaman pangan. sangat vital sebagai bahan pokok dan sumber karbohidrat utama bagi penduduk Indonesia. Tujuan penelitian yang tercantum dalam makalah ini adalah untuk menggambarkan pola distribusi dan strategi pemasaran agribisnis padi sawah serta menganalisis faktor-faktor produksi padi dan menganalisis margin pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana jalur distribusi, biaya pemasaran, dan kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi kesejahteraan petani dan efisiensi rantai pemasaran padi. Meningkatkan produksi padi dan pendapatan petani menjadi prioritas pemerintah untuk mengurangi ketergantungan impor dan memastikan ketahanan pangan. Pada masa panen raya, tantangan dalam pemasaran muncul, termasuk mekanisme penetapan harga dan permasalahan distribusi. Kebijakan harga dasar gabah diharapkan dapat menjaga stabilitas harga dan memotivasi petani agar tetap bergairah dalam Bertani. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis margin pemasaran dan biaya produksi, sedangkan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan pola distribusi dan strategi pemasaran. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Tanjung Baru, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Sumatra Utara.

Kata Kunci : Pemasaran, Distribusi, Padi Sawah

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris. Memiliki lahan pertanian yang luas dengan berbagai macam subsektor dalam bidang pertanian yang terdiri dari pertanian perkebunan, perikanan dan peternakan. Dan bidang pertanian juga terdiri dari pertanian ekstraktif dan intensif. Tanaman padi termasuk kedalam subsektor tanaman pangan. Dengan peningkatan produktivitas padi sawah maka dapat meningkatkan ketahanan pangan daerah maupun nasional sehingga kita tidak perlu lagi mengimpor bahan pangan kita bias memenuhi kebutuhan pangan mandiri .beras merupakan pangan pokok masyarakat indonesia, yang harus di penuhi untuk mencukupi kebutuhan masyarakat indonesia, dan tujuan pemerintah sesuai dengan PJP(pembangunan jangka panjang) bias tercapai dengan peningkatan usahatani padi sawah secara intensif. Untuk mengatur harga gabah yang stabil dan pemerintah memberikan harga tetap. Dengan adanya dukungan pemerintah untuk pemberian harga langsung ke petani, petani lebih mendapatkan keuntungan pendapatan yang lebih besar.Pemasaran merupakan kegiatan distribusi untuk memasarkan produk dari produsen ke konsumen. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mengadakan kegiatan tukar menukar produk barang dan jasa. Pasar juga memiliki berbagai jenis yaitu pasar, monopoli, pasar persaingan sempurna. dengan berbagai jenis pasar yang ada, kegiatan pemasaran produk pertanian yang sering kali tidak menguntungkan petani, dengan alasan panjangnya rantai pemasaran yang ada di daerah, termasuk daerah terpencil di indonesia. Upaya meningkatkan kesejahteraan petani,terkhusus untuk petani padi sawah, di perlukan adanya kerjasama atau kemitraan untuk mendukung harga jual petani langsung yang terus meningkat,sehingga petani bukan hanya mendapatkan harga yang sesuai tetapi juga mendapatkan keuntungan dan kesejahteraan sesuai yang di harapkan petani padi sawah. Pemasaran adalah Kegiatan memasarkan produk.dengan arti lain. Pemasaran adalah kegiatan pertukaran barang dan tempat bertemunya penjual serta pembeli untuk melakukan kegiatan ekonomi. Jika tidak ada kegiatan jual beli maka tidak ada pula kegiatan ekonomi.Menurut Arsyad dan Kusuma (2014), struktur pasar adalah derajat persaingan dalam industri yang cenderung berubah secara perlahan-lahan, bahkan dapat dianggap tetap atau relatif permanen dalam jangka pendek. Struktur dalam industri, setidaknya, terkait dengan beberapa hal seperti, derajat konsentrasi penjual, derajat konsentrasi pembeli, derajat diferensiasi produk, dan tingkat kesulitan yang ditemui oleh perusahaan baru untuk masuk ke dalam suatu industri.Kelembagaan produk pertanian merupakan suatu kegiatan kelembagaan di bidang agribisnis sesuai dengan sistem agribisnis. Kelembagaan pertanian adalah suatu norma atau kebiasaan berstruktur serta dipraktekkan untuk memenuhi kebutuhan anggota masyarakat yang terkait erat dengan penghidupan bidang pertanian pedesaan.

Rantai pemasaran yang panjang untuk setiap daerah membuat rantai pemasaran tidak tersistem dengan baik pemberian harga yang tidak sesuai Petani juga mendapatkan harga yang lebih rendah. Pendistribusian produk pertanian dari produsen ke konsumen terdapat pedagang yang membantu jalannya penjualan produk pertanian dan mengalami perubahan harga dari harga jual petani mengalami peningkatan harga. Permasalahan yang sering dihadapi dalam kegiatan rantai pasok, adalah rantai pasok tidak sesuai distribusi yang di harapkan, pendistribusian aliran produk beras, aliran informasi dan aliran keuangan yang digunakan untuk memberikan informasi terhadap petani dalam kegiatan distribusi beras. Rantai pasok atau supplychain merupakan konsep untuk mengetahui aliran produk pertanian. Kurangnya informasi yang di dapatkan petani termasuk informasi harga dan manajemen rantai pasok dan lembaga lembaga yang terkait dalam kegiatan tersebut. Indonesia dikenal sebagai negara agraris yaitu negara yang mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan. Pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat dominan dalam memengaruhi pendapatan masyarakat di Indonesia. Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik, 2017), sektor pertanian merupakan sektor ketiga terbesar dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 13,45. Di Kota Padang, produksi pertanian didominasi oleh tanaman padi sawah. Pada tahun 2015 produksi padi sawah di kota Padang mencapai 90.065 ton dan pada tahun 2016 mengalami kenaikan 0,64 persen atau menjadi 90.645 ton (BPS Kota Padang, 2017).

2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: bagaimana penelitian dengan judul Pemasaran Dan Distribusi Produk Agribisnis Padi Sawah (*Oryza sativa* L.) dapat terlaksana dengan baik , sesuai prosedur, dan tepat waktu.

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:mendapatkan hasil penelitian dari judul Pemasaran Dan Distribusi Produk Agribisnis Padi Sawah (*Oryza sativa* L.).

4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang penelitian judul Pemasaran Dan Distribusi Produk Agribisnis Padi Sawah (*Oryza sativa* L.) kepada dunia agribisnis pertanian.

II. METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu

penelitian ini dilaksanakan desa tanjung baru, kecamatan tanjung morawa,kabupaten deli Serdang provinsi Sumatra utara.

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif untuk menganalisis margin pemasaran, biaya produksi, sedangkan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan pola distribusi dan strategi pemasaran. Produk-produk pertanian sangat berguna dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia terutama kebutuhan pangan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2018, tingkat konsumsi beras per kapita menunjukkan penurunan pada tahun 2017 sebesar 114,6 kg per kapita per tahun, sementara tahun sebelumnya mencapai 124,89 kg per kapita per tahun. Pembangunan sektor pertanian tanaman pangan yang terlalu berorientasi pada pertanian kimia sintetis terbukti telah menimbulkan kerusakan sifat-sifat fisik dan biologi tanah, karena tidak diimbangi dengan penambahan bahan organik. Pertanian organik merupakan alternatif pilihan yang patut untuk dipertimbangkan

karena dalam jangka panjang diharapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan tingkat produksi dan kesuburan lahan sehingga ekonomi petani lebih stabil (Sumarno, 2006). Program "Go Organik" yang dilakukan pemerintah merupakan salah satu cara untuk mempercepat terwujudnya pembangunan agribisnis berwawasan lingkungan (*eco-agribusiness*) yang berguna untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya petani. Usahatani organik yang murni sulit dilakukan secara tiba-tiba karena dapat menyebabkan penurunan produktivitas. Diperlukan waktu yang cukup lama untuk masa transisi. Masa transisi adalah masa yang diperlukan dalam proses perbaikan sifat fisik, kimia, dan biologi..

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara yang telah di dilaksanakan di desa Tanjung Baru, desa tanjung baru merupakan daerah yang terdapat kegiatan padi sawah dengan total sampel yang saya wawancara ada 30 petani dan kelompok tani, dengan wawancara tersebut ada beberapa masalah dari kegiatan pertanian padi sawah termasuk pada kegiatan pemasaran, distribusi dan rantai pasok, permasalahan pertama adalah kurangnya manajemen aliran produk hasil pertanian, petani sangat susah mendapatkan informasi untuk penjualan hasil panen langsung. Karena hasil panen mereka dijual langsung kepada pedagang pengumpul dengan harga jual yang sangat rendah, solusi untuk mengatasi aliran produk hasil panen bias di jual dengan cara yang lebih baik dengan membuat menejemen penjualan yang terhubung langsung ke pasar konsumen akhir dengan membuat jalur manajemen aliran produk yang baik maka petani akan mendapatkan harga jual yang maksiamal sesuai dengan kualitas beras yang di produksi. Untuk margin pemasaran di daerah penelitian selisih harganya sangat jauh karena harga yang di berikan petani jauh lebih murah di banding dengan harga jual langsung di pasar konsumen. Untuk daerah yang terpencil juga sangat berpengaruh terhadap harga jual karena harga jual yang di berikan kepada pedagang pengumpul juga berpenagruh terhadap biaya biaya pemasaran yang di keluarkan oleh pedagang pengumpul. Sehingga pedagang pengumpul memberikan harga yang rendah terhadap petani. Kaitan dengan aliran keuangan, para petani memiliki modal yang kurang untuk kegiatan budidaya pertanian, perlunya kemitraan pemberian modal usaha, seperti kelembagaan pendukung keuangan petani, seperti contohnya lembaga koperasi sangat penting untuk peningkatan roda perekonomian petani, sebagai pemberi modal, seperti pinjaman sarana produksi dan juga lembaga koperasi juga menampung hasil dari produksi gabah, dengan membrikan harga sesuai harapan petani sehingga petani tidak lagi menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul. Selanjutnya untuk aliran informasi, ini sangat berkaitan dengan penyuluh sebagai sumber informasi utama. Informasi sangat penting untuk kemajuan pertanian padi sawah di pedesaan, informasi harga gabah yang saat ini harganya berkisar Rp 6.500, harga ini sangat rendah.

Di banding dengan harga jual langsung ke konsumen yang saat ini harga beras berkisar Rp 14.000-16.000, selain informasi harga informasi tentang subsidi pupuk dan subsidi sarana produksi di perlukan petani untuk mengurangi biaya saprodi yang di dikeluarkan dengan adanya informasi yang akurat tentang subsidi pemerintah. Pentingnya membuat manajemen informasi kepada petani. Dari beberapa referensi maka dapat di simpulkan untuk penelitian mengenai rantai pasok padi sawah(beras) di perlukan manajemen yang mendukung jalannya kegaitan rantai pasok, yaitu dari mananjemen aliran produk yang di buat perencanaan manajemen secara terencana sehingga aliran produk dari petani bias tersalurkan dengan baik dan aliran harga pruduk beras juga mendapatkan harga jual yang layak.Manajemen aliran keuangan dan manajemen aliran informasi yang sangat di perlukan untuk para petani, petani harus memiliki manajemen aliran keuangan untuk memenuhi modal dan kebutuhan termasuk sarana produksi merupakan modal utama untuk berusahatani, petani perlu menerapkan manajemen aliran modal sehingga pada saat akan melakukan kegiatan produksi petani sudah siap untuk membuka kegiatan produksi dengan manajemen yang ada mereka bias mendapatkan modal dari lembaga terkait yaitu koperasi ataupun perbankan. Yang dapat memudahkan petani untuk berusahatani. Manajemen informasi yang diterapkan membuat para petani lebih disiplin saat mendapatkan informasi yang akurat sehingga para petani tidak ada lagi yang ketinggalan informasi terhadap kegiatan dan informasi terbaru dari pertanian, termasuk informasi dari penyuluh pertanian. Yang memberikan informasi dan pengetahuan baru untuk kegiatan pertanian. Baik itu sumber dari pemerintah maupun sumber dari pertanian lain yang terkait

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah:

Pemasaran produk agribisnis, khususnya padi sawah, dipengaruhi oleh beberapa faktor. Harga awal dari petani yang tinggi cenderung menurunkan margin pemasaran, sedangkan biaya pemasaran yang tinggi, seperti biaya penjemuran dan penggilingan, juga berpengaruh signifikan terhadap margin tersebut. Selain itu, jalur distribusi padi melibatkan berbagai pihak mulai dari pedagang pengumpul hingga pengecer, dengan tantangan utama berupa rendahnya kualitas produksi, daya tawar yang rendah, dan kurangnya informasi pasar. Pentingnya melaksanakan supply chain dan menerapkan manajemen rantai pasok kepada petani sehingga kegiatan petani padi sawah dapat termanajemen dengan baik, melalui beberapa aliran aliran yang di terapkan oleh kegiatan manajemen rantai pasok. Pemerintah berperan penting melalui kebijakan harga dasar gabah untuk menjaga stabilitas harga dan mendukung kesejahteraan petani. Faktor-faktor ini harus dikelola secara baik agar rantai pemasaran berjalan efisien dan memberi manfaat maksimal bagi petani serta seluruh pelaku di sektor pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, R., & Setiadjie, B. (2008). Distribusi produk pertanian di Indonesia. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Indonesia.
- Arifin, B., & Natawidjaja, T. (2000). Sistem distribusi dan perdagangan beras di Indonesia. Jakarta: Badan Ketahanan Pangan Nasional.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management. Prentice Hall.
- Mubyarto. (1989). Pemasaran Pertanian. Yogyakarta: BPFE.
- Rachman, A. (1997). Distribusi dan Pemasaran Produk Pertanian. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Sawit, S., & Lakollo, K. (2007). Peran beras dalam ketahanan pangan Indonesia. Jurnal Ketahanan Pangan, 12(3), 45-56.
- Sudiyono. (2002). Analisis Margin Pemasaran Beras di Indonesia. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Tambunan, T. (2008). Sistem Pemasaran Beras di Indonesia: Sebuah Kajian Interdisipliner. Jakarta: LP3ES.

Accepted Date	Revised Date	Decided Date	Accepted to Publish
14 Juli 2025	26 Juli 2025	12 Agustus 2025	Ya