

ANALISIS KERAGAAN PASAR BERAS DI DESA MARGO DADI KECAMATAN TUMIJAJAR KABUPATEN TULANG BAWANG BARAT

ANALYSIS OF RICE MARKET PERFORMANCE IN MARGO DADI VILLAGE, TUMIJAJAR DISTRICT, TULANG BAWANG BARAT REGENCY

DEVI NATALIA*¹, DAYANG BERLIANA¹, ANNISA FITRI¹

Fakultas Pertanian Universitas Galuh

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Politeknik Negeri Lampung

*Email: devinatalia282000@gmail.com

ABSTRAK

Desa Margo Dadi merupakan salah satu sentra produksi padi tertinggi di Kecamatan Tumijajar, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Kegiatan pemasaran padi dihadapkan pada persoalan harga yang fluktuatif sehingga perlu dilakukan analisis sistem pemasaran padi di Desa Margo Dadi. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis saluran pemasaran beras, margin pemasaran dan *farmer share*, menganalisis transmisi harga beras. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Data pada penelitian ini dengan mengumpulkan data primer dan sekunder. Saluran pemasaran yang terbentuk di Desa Margo Dadi terdapat 3 saluran masing-masing diperoleh margin sebesar Rp 8.300, Rp 7.500, dan Rp 7.000. Nilai *farmer share* dari saluran pemasarn I, saluran pemasaran II, dan saluran pemasaran III masing-masing sebesar 30,83%, 37,50% dan 39,13%. Berdasarkan beberapa indikator efisiensi pemasaran maka saluran pemasaran III merupakan saluran yang efisien dibandingkan saluran I dan II. Nilai elastisitas transmisi harga yaitu sebesar 0,038 ($E_t < 1$). Sehingga laju perubahan harga ditingkat petani lebih kecil dari pada ditingkat pedagang. Petani yang bertindak sebagai penerima harga hanya dapat menerima harga yang sudah diberikan pedagang.

Kata kunci: Saluran pemasaran, margin pemasaran, transmisi harga

ABSTRACT

Margo Dadi Village is one of the highest rice production centers in Tumijajar District, West Tulang Bawang Regency. Rice marketing activities are faced with the problem of fluctuating prices, so it is necessary to analyze the rice marketing system in Margo Dadi Village. The purpose of this study is to analyze rice marketing channels, marketing margins and farmer share, to analyze rice price transmission. The methods used in this research are qualitative and quantitative methods. Data in this study by collecting primary and secondary data. There are 3 marketing channels formed in Margo Dadi Village, each of which obtains a margin of IDR 8,300, IDR 7,500 and IDR 7,000. Farmer share values of marketing channel I, marketing channel II, and marketing channel III were 30,83%, 37,50% and 39,13%, respectively. Based on several indicators of marketing efficiency, marketing channel III is an efficient channel compared to channels I and II. The price transmission elasticity value is 0,038 ($E_t < 1$). So the rate of change in prices at the farm level is smaller than at the trader level. Farmers who act as price receivers can only accept prices that have been given by traders.

Keywords: Marketing channels, marketing margins, price transmission

PENDAHULUAN

Beras merupakan produk dari pengolahan gabah yang merupakan hasil utama tanaman padi. Beras merupakan komoditas yang unik dan strategis, karena telah menjadi bahan pangan utama khususnya negara-negara berkembang salah satunya yaitu Indonesia. (Badan Pusat Statistik, 2021) menyatakan bahwa jumlah konsumsi beras nasional terus mengalami peningkatan untuk konsumsi pangan sebesar 31,69 juta ton, mengalami kenaikan sebanyak 351,71 ribu ton atau 1,12% dibandingkan tahun 2020 sebesar 31,33 juta ton. Hal tersebut dikarenakan komoditas beras merupakan bahan pangan pokok bagi masyarakat Indonesia. Selain sebagai bahan pangan pokok, beras juga menjadi sumber penghasilan bagi petani dan kebutuhan hidup sehari-hari bagi jutaan penduduk. Beras juga dapat dijadikan sebagai

komoditas politik karena keberadaanya tidak dapat digantikan oleh komoditas lain (Fikri, 2015). Ketersediaan beras harus selalu terjaga, berkelanjutan, bahkan harus ditingkatkan.

Badan Pusat Statistik (2020) menyatakan bahwa Kecamatan Tumijajar memiliki luas panen tertinggi pada komoditas padi seluas 4.256,5 ha. Angka tersebut lebih tinggi dibanding jenis komoditas lain seperti jagung dengan luas panen 1.729,8 ha, ubi kayu 2.729,8 ha, ubi jalar 3,0 ha, kacang tanah 101,0 ha dan kacang hijau seluas 0,0 ha. Hal tersebut menunjukkan bahwa padi menjadi komoditas unggulan di daerah Kecamatan Tumijajar. Luas panen, produksi dan produktivitas padi Kecamatan Tumijajar menurut Desa tahun 2017 dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data luas panen, produksi dan produktivitas padi sawah menurut Desa di Kecamatan Tumijajar

No	Desa/Kelurahan	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
1	Daya Sakti	1.324	7.944,0	6,0
2	Gunung Timbul	367	2.312,10	6,3
3	Makarti	740	4.440,0	6,0
4	Sumber Rejo	340	2.108,0	6,2
5	Gunung Menanti	45	279,0	6,2
6	Margo Mulyo	1.452	8.857,20	6,1
7	Margo Dadi	1.680	10.248,20	6,1
8	Daya Murni	1.360	8.296,0	6,1
9	Daya Asri	1.670	9.853,0	5,9
10	Murni Jaya	1.275	7.777,5	6,1
Total		10.253	62.114,8	

Sumber: BPP Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang Barat, 2018

Tabel 1 menunjukkan bahwa luas panen dan produksi padi sawah di Kecamatan Tumijajar tertinggi berada di Desa Margo Dadi. Luas panen Desa Margo Dadi yaitu sebesar 1.680 ha dengan jumlah produksi sebesar 10.248 ton. Oleh karena itu petani di wilayah Desa Margo Dadi memiliki peluang dan kesempatan yang kuat untuk menanam padi dibandingkan dengan Desa yang lain. Permasalahan yang dihadapi oleh petani padi khususnya di Desa Margo Dadi menyangkut fluktuasi harga, selain panen raya faktor cuaca dan iklim juga turut mempengaruhi harga dan hal tersebut menjadi kekhawatiran sendiri bagi petani.

Berdasarkan data Dinas Pertanian dan Pangan Kecamatan Tumijajar (2019) harga gabah kering panen (GKP) tahun 2018 sampai dengan 6 bulan terakhir 2022 di Desa Margo Dadi pada tingkat petani sebesar Rp 3.874/Kg dan harga beras eceran periode Januari hingga Juni 2019 Rp 10.740/Kg. Fluktuasi harga yang terjadi di Desa Margo Dadi disebabkan oleh berbagai faktor penyebab, diantaranya di dalam sistem pemasaran komoditas padi terdapat banyak lembaga pemasaran yang terlibat, sehingga pembagian margin pemasaran menjadi tidak merata dan berpengaruh pada tingkat fluktuasi harga yang berpengaruh pada penerimaan petani serta pada saat

panen raya harga gabah turun drastis sehingga petani mendapat nilai tukar yang kecil selain itu harga ditingkat petani cenderung lebih rendah dibandingkan pada tingkat harga eceran. Selisih harga gabah ditingkat produsen dan harga eceran beras memiliki selisih yang cukup besar, hal ini berarti bahwa dalam proses pemasaran dimungkinkan terdapat lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Perubahan harga pada tingkat konsumen yang terjadi tidak sepenuhnya diteruskan ke produsen atau bisa disebutkan bahwa transmisi harga yang berlangsung tidak sempurna (Andhika et al., 2014)

Masalah yang terjadi di Desa Margo Dadi Kecamatan Tumijajar sama dengan kasus penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rifiana & Budiwati, 2019) pada analisis dampak kebijakan permasalahan dalam rangka menurunkan tingkat kemiskinan di Kalimantan Selatan, menjelaskan bahwa masalah harga di sektor pertanian dan pangan adalah seringkali harga pangan yang tidak stabil dan pada penelitian (Fitri et al., 2023) fluktuasi harga memengaruhi harga pendapatan petani. Pada saat panen raya harga beras turun drastis sehingga petani mengalami kerugian karena nilai tukar petani yang kecil.

Rantai pemasaran yang panjang

sering kali dijumpai dalam komoditas pertanian, sehingga banyak lembaga yang terlibat dalam pemasaran tersebut. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya keuntungan pemasaran yang harus diambil

harga ditingkat petani produsen tersebut yaitu disebut transmisi harga (Prayitno et al., 2013). Dari hubungan tersebut secara tidak langsung dapat diperkirakan tingkat efektifitas suatu informasi pasar, bentuk pasar dan efektifitas sistem pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Margo Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang Barat pada bulan Agustus 2022 sampai April 2023. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan sekunder.

Pengambilan sampel petani responden pada penelitian ini menggunakan rumus solvin dari 300 populasi petani di Desa Margo Dadi diperoleh 39 sampel petani. Penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan snowball sampling yaitu dengan menentukan responden secara berantai dengan meminta informasi kepada orang yang telah diwawancarai (Elvionita, 2020).

oleh para pelaku pemasaran, yang akan mempengaruhi tingkat harga yang diterima petani produsen dan yang dibayar oleh konsumen akhir. Perubahan harga ditingkat konsumen terhadap perubahan

Berdasarkan keadaan di Desa Margo Dadi lembaga pemasaran yang terlibat yaitu 2 pedagang pengumpul, 2 pabrik penggilingan dan 3 pedagang pengecer.

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui saluran pemasaran padi di Desa Margo Dadi dengan cara mengikuti aliran pemasaran mulai dari produsen hingga sampai ke konsumen akhir. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan rumus di bawah ini:

Margin Pemasaran

1. Margin pemasaran adalah selisih antara harga konsumen dan harga produsen. Margin pemasaran digunakan untuk menentukan nilai pangsa pasar masing-masing pelaku pasar (Zuraida & Wahyuningsih, 2015) Dapat dirumuskan sebagai berikut;

$$M = Pr - Pf$$

Dimana:

- M : margin pemasaran
Pr : harga di tingkat pengecer
Pf : harga di tingkat produsen

Farmer share

Menurut Zaenal dan Nuddin (2017) *farmer share* adalah presentase bagian harga yang diterima petani dengan bagian harga yang dibayar konsumen akhir. Apabila nilai *farmer share* semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Rumus *farmer share* secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$FS = Hp/He \times 100\%$$

Keterangan:

Fs :Presentase bagian harga yang diterima oleh petani

Hp :Harga gabah ditingkat petani

He :Harga beras ditingkat konsumen

Elastisitas Transmisi Harga

Tujuan ketiga menggunakan metode elastisitas transmisi harga merupakan perbandingan perubahan harga ditingkat pengecer/konsumen dengan perubahan harga di tingkat petani. Data harga yang digunakan untuk regresi sederhana yaitu 39 data harga pada harga gabah tingkat petani dan harga beras di tingkat konsumen akhir di Desa Margo Dadi. Rumus elastisitas transmisi harga sebagai berikut:

$$Et = \beta \frac{Pr}{Pr}$$

Keterangan:

Et :elastisitas transmisi harga

Pf :harga ditingkat petani

Pr :harga ditingkat retail/pengecer

b1 :koefisiensi regresi

(Sinaga & Dewi, 2016)

Hasil dan Pembahasan

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran padi dilakukan mulai dari produsen hingga sampai ke konsumen akhir. Produsen dalam penelitian beras adalah petani yang menghasilkan produksi padi untuk dipasarkan melalui saluran pemasaran. Saluran pemasaran merupakan individu atau organisasi yang terlibat dalam pergerakan barang dan jasa yang tersedia untuk penggunaan atau konsumsi individu. Saluran pemasaran yang terbentuk di Desa Margo Dadi yaitu 3 saluran pemasaran beras melibatkan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, Penggilingan, dan pedagang pengecer. Hal ini sesuai dengan penelitian (Sutarni, Saty, & Unteawati, 2018) bahwa saluran pemasaran agribisnis ikan patin di lokasi penelitian juga memiliki lebih dari satu pola. Saluran pemasaran beras yang terlibat di Desa Margo Dadi yaitu sebagai berikut:

- 1) Saluran pemasaran I :Petani – pedagang pengumpul – Penggilingan – pedagang pengecer – konsumen
- 2) Saluran pemasaran II :Petani – penggilingan – pedagang pengecer – konsumen

3) Saluran pemasaran III :Petani –
penggilingan – konsumen

Margin Pemasaran

Margin pemasaran diperoleh dengan cara melakukan pengurangan antara harga jual pada setiap lembaga pemasaran dengan harga beli yang diperoleh. Margin pemasaran juga merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Kegiatan analisis margin pemasaran dilakukan dari tingkat petani, pedagang pengumpul, penggilingan dan pedagang pengecer. Hasil analisis margin pemasaran dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran di Desa Margo Dadi.

Tabel 2 menjelaskan bahwa pada saluran pemasaran produsen tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Biaya tersebut ditanggung oleh lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, penggilingan dan pedagang pengecer.

Biaya-biaya yang dikeluarkan tersebut terdiri dari biaya transportasi, bongkar muat, penjemuran, kemasan gabah, kemasan beras, produksi dan penyusutan.

Berdasarkan perhitungan margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang memiliki nilai total margin paling besar yaitu terdapat pada saluran pemasaran I sebesar Rp 8.300/Kg beras. Pada saluran II dan III masing-masing total margin sebesar Rp 7.500 dan Rp 7.000/Kg. Saluran Pemasaran I paling banyak melibatkan lembaga pemasaran dibanding saluran II dan III. Semakin panjang saluran pemasaran maka margin pemasaran yang diperoleh akan semakin besar. sesuai dengan penelitian (Andhika et al., 2014) menyebutkan bahwa saluran pemasaran yang panjang akan menghasilkan margin yang besar.

Tabel 2. Biaya, margin, dan keuntungan padi di Desa Margi Dadi

Uraian	Saluran pola I		Saluran pola II		Saluran pola III	
	Rp/Kg	%	Rp/Kg	%	Rp/Kg	%
Petani						
Harga jual	3.700,00	30,83	4.500,00	37,50	4.500,00	39,13
Pedagang pengumpul						
Harga beli	3.700,00	30,83				
Harga jual	6.900,00	57,5				
Margin pemasaran	3.200,00	26,67				
Biaya pemasaran:						
a. Transportasi	52,63	0,44				
b. Bongkarmuat	57,63	0,48				
c. Penjemuran	78,95	0,66				
d. Bahan	32,83	0,27				
e. Penyusutan	15,81	0,13				
Total biaya pemasaran	237,85	1,98				
Keuntungan	2.962,15	24,68				
Ratio provit margin	12,45	0,10				
Penggilingan						
Harga beli	6.900,00	57,50	4.500,00	37,50	4.500,00	39,13
Harga jual	11.000,00	91,67	11.000,00	91,67	11.500,00	100
Margin pemasaran	4.100,00	34,17	6.500,00	54,17	7.000,00	60,87
Biaya pemasaran:						
a. Transportasi	58,65	0,49	24,60	0,21	24,87	0,22
b. Bongkarmuat	59,82	0,50	60,23	0,50	60,43	0,53
c. Penjemuran	0	0	98,41	0,82	99,47	0,86
d. Kemasan beli gabah	0	0	26,47	0,22	26,92	0,23
e. Kemasan jual beras	107,37	0,89	167,58	1,40	229,95	2,00
f. Produksi	77,42	0,65	78,59	0,65	74,81	0,65
g. Penyusutan	91,69	0,76	15,38	0,13	10,12	0,09
Total biaya pemasaran	394,96	3,29	471,26	3,93	526,55	4,58
Keuntungan	3.705,04	30,88	6.028,74	50,24	6.473,45	56,29
Ratio provit margin	9,38	0,08	12,79	0,11	12,29	0,11
Pedagang pengecer						
Harga beli	11.000,00	91,67	11.000,00	91,67		
Harga jual	12.000,00	100	12.000,00	100		
Margin pemasaran	1.000,00	8,33	1.000,00	8,33		
Biaya pemasaran:						
a. Transportasi	177,27	1,48	177,27	1,48		
Total biaya pemasaran	177,27	1,48	177,27	1,48		
Keuntungan	822,73	6,86	822,73	6,86		
Ratio provit margin	4,64	0,04	4,64	0,04		
Konsumen						
	12.000		12.000		11.500	
Total biaya pemasaran	810,08		648,54		526,55	
Total keuntungan	7.489,92		6.851,46		6.473,45	
Total margin	8.300,00		7.500,00		7.000,00	
Total ratio profit margin	26,48		17,43		12,29	
Efisiensi pemasaran	6,75		5,40		4,58	

Sumber: Data diolah, 2023

Farmer Sahre

Farmer Share merupakan bagian harga yang diterima oleh petani dibandingkan dengan harga yang diterima oleh konsumen akhir. Analisis *Farmer Share* digunakan untuk melihat persentase harga yang diterima oleh petani yang bertindak sebagai produsen. Semakin tinggi margin pemasaran maka bagian harga yang diterima oleh petani akan semakin kecil,

karena *Farmer Share* memiliki hubungan negatif dengan margin tataniaga (Amalia, 2012). Hasil *Farmer Share* yang diperoleh pada setiap saluran pemasaran yang terdapat di Desa Margo Dadi mendapatkan persentase yang berbeda-beda. Secara rinci *Farmer Share* pada saluran pemasaran padi di Desa Margo Dadi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. *Farmer Share* pada saluran pemasaran padi di Desa Margo Dadi

Saluran Pemasaran	Harga di Tingkat Petani (Rp/Kg)	Harga di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
Saluran pemasaran I	3.700	12.000	30,83
Saluran pemasaran II	4.500	12.000	37,50
Saluran pemasaran III	4.500	11.500	39,13

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 3 menjelaskan bahwa tingkat presentase *Farmer Share* yang diperoleh dari setiap saluran pemasaran menunjukkan bahwa persentase tertinggi yaitu terdapat pada saluran pemasaran III dengan persentase sebesar 39,13%. Bagian harga yang diterima oleh petani atau *Farmer Share* yang memiliki persentase paling kecil yaitu saluran pemasaran I dengan

Elastisitas Transmisi Harga

Analisis elastisitas transmisi harga dapat diperoleh dengan melakukan analisis regresi sederhana menggunakan *Software SPSS*. Secara rinci hasil analisis harga pada

jumlah persentase sebesar 30,83%. Menurut (Downey, 1992) bahwa suatu pemasaran dari produk pertanian jika dilihat dari bagian harga yang diterima petani sebagai produsen, dapat dikatakan efisien apabila harga jual petani lebih dari 40% dari harga pada tingkat konsumen akhir. Hasil penelitian menunjukkan saluran III namun baru mendekati efisien.

tingkat petani dan tingkat konsumen dapat dilihat pada tabel 4. rata-rata harga gabah diringkat petani Rp 4.082/Kg dan pedagang pengecer sebesar Rp 11.897/Kg.

Tabel 4. Hasil analisis regresi elastisitas transmisi harga

Uraian	Koefisien
Konstanta	1.473
Koefisien (β)	0,013
R^2	0,100

Sumber: Data diolah, 2023

Koefisiensi regresi (β) yang dihasilkan dari hasil analisis regresi menggunakan SPSS diperoleh sebesar 0,038. Sehingga, dapat dihitung nilai elastisitas transmisi harga (ET) dengan rumus sebagai berikut:

$$Et = \beta \frac{Pf}{Pr}$$

$$Et = 0,013 \times \frac{11.897}{4.082}$$

$$Et = 0,038$$

Hasil nilai elastisitas transmisi harga yang diperoleh berdasarkan rumus persamaan diatas yaitu sebesar 0,038. Nilai elastisitas transmisi harga ini menunjukkan harga yang bersifat elastis, karena diperoleh nilai elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu ($Et < 1$). Keadaan ini menunjukkan bahwa laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibandingkan laju perubahan harga di tingkat produsen (petani). Hal ini menggambarkan bahwa pemasaran yang terjadi merupakan pemasaran bersaing tidak sempurna (Prayitno et al., 2013). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asrin et al., 2022), mengenai elastisitas transmisi harga beras di

Indonesia dengan nilai koefisiensi sebesar 0,74 ($Et < 1$) yang berarti perubahan harga 1% ditingkat konsumen akhir, akan mengakibatkan perubahan harga ditingkat petani sebesar 0,74%. Nilai transmisi harga yang kurang dari 1% maka dapat diartikan bahwa perubahan harga yang terjadi di tingkat pedagang tidak di transmisikan dengan baik ke harga di tingkat harga petani karena petani hanya bertindak sebagai penerima harga (*price taker*), struktur pasar beras yang terbentuk di Desa Margo Dadi yaitu pasar oligopsoni. Struktur pasar oligopsoni memiliki ciri-ciri produk atau komoditas yang dihasilkan bersifat homogen atau terdiferensiasi dan termasuk kedalam pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect market*), pasar oligopsoni dapat menyebabkan *bargaining position* atau posisi tawar yang lemah karena hanya bertindak sebagai penerima harga (Ayomi et al., 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis keragaan pasar beras di Desa Margo Dadi, Kecamatan Tumijajar, Kabupaten Tulang

Bawang Barat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran yang terbentuk di Desa Margo Dadi terdapat 3 saluran. Saluran pemasaran I terdiri dari Petani-pedagang pengumpul-penggiling-konsumen akhir. Saluran II terdiri dari petani-penggiling-pedagang pengecer-konsumen akhir. Saluran III terdiri dari petani-penggiling-konsumen akhir.
2. Margin pemasaran yang diperoleh pada setiap saluran pemasaran di Desa Margo Dadi berbeda-beda. Pada saluran pemasaran I, II, dan III masing-masing diperoleh total margin pemasaran sebesar Rp 8.300, Rp 7.500, dan Rp 7.000. *Farmer share* diperoleh nilai efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran I, II, dan III yaitu sebesar 30,83%, 37,50% dan 39,13%. Berdasarkan hasil analisis *Farmer share* maka saluran III merupakan saluran yang mendekati efisien dibandingkan saluran I dan II.
3. Nilai elastisitas transmisi harga yang diperoleh pada harga gabah ditingkat petani dan beras ditingkat pengecer yaitu sebesar 0,038 ($E_t < 1$) yang berarti terjadi elastisitas harga yang bersifat inelastis. Secara umum

struktur pasar mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna.

Saran

Berdasarkan hasil analisis keragaan pasar beras di Desa Margo Dadi, adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya perlu adanya koordinasi antara petani dan lembaga pemasaran padi untuk dapat meningkatkan posisi tawar petani.
2. Sebaiknya penggilingan perlu menambah gudang penyimpanan gabah dan lantai penjemuran supaya dapat menambah kapasitas pembelian dari petani, sehingga petani tidak perlu menjual gabah kepada pengumpul.
3. Petani juga dapat berkordinasi dengan kelompok tani untuk Memanfaatkan resi gudang untuk menyimpan hasil panen petani saat terjadi panen raya dan harga padi yang turun, dengan memanfaatkan sistem resi gudang petani dapat dengan lebih mudah memperoleh pinjaman dari bank untuk modal usaha selanjutnya dan memenuhi kebutuhan petani.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, Astrid. 2012. Analisis tataniaga wortel di Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur. Sekripsi Fakultas Ekonomi

- dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Jawa Barat. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/63048>. Di akses 4 februari 2022.
- Andhika, R., Hasnudi, & Ginting, N. (2014). Pemasaran Daging Sapi di Kabupaten Karo (The Influence of Chain Efficiency Marketing Beef Cattle in The Karo Regency). *Peternakan Integratif*, 3(2), 224–234. <https://talenta.usu.ac.id/jpi/article/download/2757/2103>
- Asrin, S., Andita Putri, T., & Utami, A. D. (2022). Transmisi Harga Beras di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(1), 159–168. <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.159-168>
- Ayomi, N. M. S., Setiawan, B. M., & Roessali, W. (2020). Analisis Fluktuasi dan Elastisitas Transmisi Harga Kentang di Kabupaten Malang. 1–23.
- Elvionita, G. (2020). Analisis Efisiensi Saluran Lembaga Pemasaran Beras (Kasus: Desa Paya Lombang, Kecamatan Tebing Tinggi, Kabupaten Serdang Bedagai). Universitas Sumatera Utara.
- Fikri, M. S. (2015). Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Beras di Kelurahan Tettikenrarae Kecamatan Marioriwawi Kabupaten Shoppeng. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Fitri, A., Saty, Fadila, M., & Luhur, Estu, S. (2023). Kinerja Pendapatan Petambak Usaha Udang Vaname di Lampung Selatan. *Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 369–394.
- Prayitno, A. B., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2013a). Efisiensi pemasaran cabai merah di kecamatan adiluwih kabupaten pringsewu provinsi lampung. 1, 53–59.
- Prayitno, A. B., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2013b). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 1(1), 53–59. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/download/131/135>
- Rifiana, R., & Budiwati, N. (2019). Analisis dampak kebijakan perberasan dalam rangka menurunkan tingkat kemiskinan di Kalimantan Selatan (Pendekatan ekonometrika). *Prosiding Seminar Nasional ...*, 4(April). <http://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-lit/article/view/167>
- Sinaga, S. C., & Dewi, N. (2016). Pemasaran Buah Nenas (Kajian Struktur, Perilaku, dan Penampilan Pasar) di Desa Kuala Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. 13(1), 1–23.
- Zuraida, & Wahyuningsih, Y. M. (2015). Efisiensi Pemasaran Kacang Tanah (*Arachis hypogaeae* L) DI di Kelurahan Landasan Ulin Tengah Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjar Baru Provinsi Kalimantan Selatan. 40, 1–23.
- Fikri, M. S. 2015. Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Beras di Kelurahan Tettikenrarae Kecamatan Marioriwawi Kabupaten Shoppeng. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Zaenal.A dan Nuddin.H. 2017. Pemasaran Hasil Perikanan. UBPress. Malang.

<http://opac-perpusbunghatta.perpusnas.go.id/detail-opac?id=6443>. Diakses 2 Februari 2022

Zuraida, & Wahyuningsih, Y. M. (2015).

Efisiensi Pemasaran Kacang Tanah (*Arachis hypogaea* L) DI di Kelurahan Landasan Ulin Tengah Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjar Baru Provinsi Kalimantan Selatan. *40*, 1–23.