



Analisis Pemasaran Beras Premium Pada PB Citra Lestari Di Desa Bontotallasa Kecamatan Simbang Kabupaten Maros

Marketing Analysis of Premium Rice at PB Citra Lestari Factory in Bontotallasa Village, Simbang District, Maros Regency

Dedi Hermawan*, Suryawati Salam, Andi Tenri Fitriyah

Pogram Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Bosowa

*email: hdedi3410@gmail.com

Diterima: 20 September 2024 / Disetujui: 30 Januari 2025

Abstract: *Marketing premium rice is an important factor in the continuity of distribution of premium rice to consumers. This research aims to determine marketing channels, marketing costs, marketing margins, marketing profits and marketing efficiency of premium rice. This research was conducted at the PB Citra Lestari Factory in Bontotallasa Village, Simbang District, Maros Regency. Research data was analyzed using marketing channel analysis, costs, margins, profits and marketing efficiency of premium rice. The results of this research show that there are 2 marketing channels for premium rice at PB Citra Lestari in Bontotallasa Village. The marketing margin in marketing channel I is IDR 5,000 per kilogram and the margin in marketing channel II is IDR 5,500 per kilogram. Marketing channel I is the most efficient marketing channel compared to marketing channel II.*

Keywords: *Marketing Analysis, Premium Rice*

Abstrak: Pemasaran beras premium menjadi faktor yang penting dalam kelangsungan pendistribusian beras premium sampai ke konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, biaya pemasaran, besar margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan efisiensi pemasaran beras premium. Penelitian ini dilakukan pada Pabrik PB Citra Lestari di Desa Bontotallasa Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis saluran pemasaran, biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran beras premium. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran beras premium di PB Citra Lestari yang terdapat di Desa Bontotallasa. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 5.000,- per kilogram dan margin pada saluran pemasaran II sebesar Rp 5.500,- per kilogram. Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran II.

Kata Kunci: Analisis Pemasaran, Beras Premium



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

A. PENDAHULUAN

Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Dimana nasi adalah salah satu makanan terpenting di dunia. Peran beras sebagai salah satu makanan pokok utama Indonesia saat ini sulit tergantikan dengan makanan pokok lainnya. Ketergantungan pada pangan ini disebabkan oleh kenyataan bahwa beras merupakan makanan utama sebagian besar masyarakat Indonesia (Siregar dkk, 2021)

Sulawesi Selatan merupakan provinsi yang terkenal sebagai salah satu penghasil tanaman padi di Indonesia sebagai predikat lumbung padi nasional mengukuhkan posisi Sulawesi Selatan sebagai produksi tanaman pangan yang cukup potensial. Adapun perkembangan produksi beras di Sulawesi Selatan menunjukkan produksi beras pada tahun 2021 mencapai 56.964.994 ton (BPS, 2021). Kabupaten Maros merupakan daerah yang strategis, karena merupakan salah satu kabupaten sentra produksi padi dan jagung di Provinsi Sulawesi Selatan. Luas baku lahan sawah Kabupaten Maros seluas 26.205 ha yang menghasilkan produksi padi sebanyak 237.535, 84 ton di tahun 2022. Kabupaten Maros adalah salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia dengan Ibu kota kabupaten ini terletak di Kota Maros. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.619,12 km² yang

terdiri dari 14 kecamatan yang membawahi 103 Desa/Kelurahan. Kabupaten Maros merupakan wilayah yang berbatasan langsung dengan ibukota Provinsi Sulawesi Selatan dan berpenduduk sebanyak 353.121 jiwa (BPS, 2021). Produksi beras pada pabrik penggilingan beras di Desa Bontotallasa Kecamatan Simbang Kabupaten Maros bisa mencapai 15 ton beras per hari. Jika ada permintaan dan tersedianya stok gabah yang cukup.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, biaya pemasaran, besar margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan efisiensi pemasaran beras premium.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Pabrik PB Citra Lestari di Desa Bontotallasa Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai November 2023. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yakni penjelasan secara jelas dengan data primer yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dengan kuesioner dan wawancara terstruktur. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yaitu melalui jurnal, buku, dan internet serta berbagai instansi terkait yang memiliki hubungan dengan penelitian.

Data yang diperoleh, diolah, dan dianalisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

- a) Margin pemasaran dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$M: Pr - Pf$$

Keterangan:

M= Margin Pemasaran Beras (Rp/kg)

Pr = Harga beras ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga beras ditingkat produsen (Rp/Kg)

- b) Keuntungan pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = M - C$$

Keterangan:

π = Keuntungan pemasaran Beras (Rp/Kg)

M = Margin Pemasaran Beras (Rp/Kg)

C = Biaya Pemasaran Beras (Rp/Kg)

- c) Efisiensi Pemasaran dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$EP = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk Yang di Pasarkan}} \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran

Menurut Siregar et al. (2021) kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran ini adalah:

Bila nilai: $Ep < 50\%$ artinya pemasaran tersebut efisien

$Ep > 50\%$ artinya pemasaran tersebut tidak efisien

- d) Biaya Pemasaran dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Bp = Bp_1 + Bp_2 + Bp_3 + \dots + Bp_n$$

Keterangan:

Bp = Biaya Pemasaran

Bp 1,2,3.... n = Biaya Pemasaran Tiap Lembaga Pemasaran Beras(Rp/Kg)

1,2,3....n = Jumlah Pemasaran Beras.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Saluran Pemasaran

Kegiatan pemasaran beras premium di kedua saluran pemasaran yang ada melibatkan lembaga pemasaran. Pada saluran pemasaran 1, lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras premium adalah pedagang pengumpul. Pada saluran pemasaran 2, lembaga pemasaran yang berperan adalah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

a) Saluran Pemasaran I

Proses mengalirnya barang dari produsen ke konsumen memerlukan biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Selain biaya, keuntungan juga menjadi pertimbangan lembaga pemasaran dalam memasarkan beras (Alma, 2003). Besarnya biaya yang harus dikeluarkan serta keuntungan yang didapatkan akan berpengaruh terhadap margin pemasaran. Margin dan keuntungan yang diperoleh setiap saluran pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada Tabel 1.



Gambar 1. Saluran pemasaran I

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa saluran pemasaran 1 pada pemasaran beras premium lembaga yang terkait adalah PB Citra Lestari, pedagang pengumpul dan konsumen akhir. PB Citra Lestari pada saluran ini mengeluarkan biaya pemasaran berupa biaya packaging, biaya transportasi, dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 147 per kg. Harga jual beras premium ditingkat produsen pada saluran pemasaran I sebesar Rp 12.000 per kilogram.

Tabel 1. Biaya Pemasaran, Margin dan Keuntungan Pemasaran pada Pabrik PB Citra Lestari di Desa Bontotallasa Kecamatan Simbang Kabupaten Maros pada saluran pemasaran I

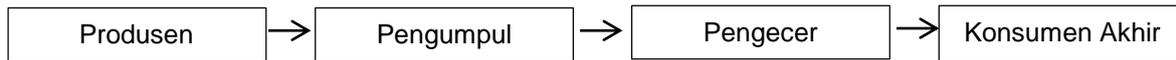
No.	Uraian	Nilai (Rp/kg)
1.	PB Citra Lestari (Produsen)	
	a. Harga Beli Gabah	8.000
	b. Harga Jual Tingkat Produsen	12.000
	c. Biaya Packaging	120
	d. Biaya Transportasi	17
	e. Biaya Tenaga Kerja	10
	f. Total Biaya	147
	g. Keuntungan	3.853
	h. Margin Pemasaran	4.000
2.	Pedagang Pengumpul	
	a. Harga Beli Beras Premium	12.000
	b. Biaya transportasi	10
	c. Biaya tenaga kerja	25
	d. Biaya Sewa Ruko	175
	d. Total Biaya	210
	e. Keuntungan	790
	f. Margin Pemasaran	1000
	g. Harga Jual Beras Premium	13.000
3.	Konsumen Akhir	
	Harga Beli Konsumen	13.000
4.	a. Total Biaya Pemasaran	357
	b. Total Keuntungan Pemasaran	4.643
	c. Total Margin Pemasaran	5.000

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2024

Pedagang pengumpul pada saluran pemasaran I membeli beras dari produsen dengan harga sebesar Rp 12.000 per kilogram. Terdapat biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul yakni berupa biaya transportasi, biaya tenaga kerja, dan biaya sewa ruko dengan total biaya pemasaran Rp 210 per kilogram. Harga jual beras premium oleh pedagang pengumpul ke konsumen akhir sebesar Rp 13.000 per kilogram. Harga berbeda karena pedagang pengumpul membeli beras dalam jumlah yang banyak.

b) Saluran Pemasaran II

Margin dan keuntungan yang diperoleh setiap saluran pemasaran pada setiap lembaga pemasaran berbeda. Margin dan keuntungan yang diperoleh pada saluran pemasaran II dapat dilihat pada Tabel 2.



Gambar 2. Saluran pemasaran II

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa saluran pemasaran II pada pemasaran beras premium lembaga yang terkait adalah PB Citra Lestari, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen akhir. PB Citra Lestari pada saluran ini mengeluarkan biaya pemasaran berupa biaya packaging, biaya transportasi, dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 147 per kilogram. Harga jual beras premium di tingkat produsen pada saluran pemasaran II sebesar Rp 12.000 per kilogram.

Pedagang pengumpul pada saluran pemasaran II membeli beras dari produsen dengan harga sebesar Rp 12.000 per kilogram. Terdapat biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul yakni berupa biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan biaya sewa ruko dengan total biaya pemasaran Rp 210 per kilogram. Harga jual beras premium oleh pedagang pengumpul ke pedagang pengecer sebesar Rp 13.000 per kilogram.

Tabel 2. Biaya Pemasaran, Margin dan Keuntungan Pemasaran pada Pabrik PB Citra Lestari di Desa Bontotallasa Kecamatan Simbang Kabupaten Maros pada Saluran Pemasaran I

No.	Uraian	Nilai (Rp/kg)
1.	PB Citra Lestari (Produsen)	
	a. Harga Beli Gabah	8.000
	b. Harga Jual Tingkat Produsen	12.000
	c. Biaya Packaging	120
	d. Biaya Transportasi	17
	e. Biaya Tenaga Kerja	10
	f. Total Biaya	147
	g. Keuntungan	3.853
	h. Margin Pemasaran	4.000
2.	Pedagang Pengumpul	
	a. Harga Beli Beras Premium	12.000
	b. Biaya transportasi	10
	c. Biaya tenaga kerja	25
	d. Sewa Toko	175
	d. Total Biaya	210
	e. Keuntungan	790
	f. Margin Pemasaran	1000
	g. Harga Jual Beras Premium	13.000
3.	Pedagang Pengecer	
	a. Harga Beli Beras Premium	13.000
	b. Biaya Transportasi	200
	c. Total Biaya	200
	d. Keuntungan	300
	e. Margin Pemasaran	500
	f. Harga Jual Beras Premium	13.500
4.	Konsumen Akhir	
	Harga Beli Konsumen	13.500
5.	a. Total Biaya Pemasaran	557
	b. Total Keuntungan Pemasaran	4.953
	c. Total Margin Pemasaran	5.500

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Pedagang pengecer pada saluran pemasaran II membeli beras dari pedagang pengumpul dengan harga sebesar Rp 13.000 per kilogram. Terdapat biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer yakni berupa biaya transportasi dengan total biaya pemasaran sebesar Rp 200 per kilogram. Harga jual beras premium oleh pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp 13.500 per kilogram.

Pada saluran pemasaran II total biaya pemasaran sebesar Rp 557 per kilogram. Keuntungan Pemasaran diperoleh dari penjumlahan keuntungan tiap lembaga pemasaran. Keuntungan pemasaran untuk beras premium pada saluran pemasaran II sebesar Rp 4.953

per kilogram. Total Margin pemasaran pada saluran pemasaran II untuk sebesar Rp 5.500 per kilogram.

2. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat diukur dengan nilai presentase biaya pemasaran dan nilai produk yang dipasarkan (Kotler, 2000). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Efisiensi yang Diperoleh Setiap Saluran Pemasaran yang Dilakukan oleh PB Citra Lestari di Desa Bontotallasa Kecamatan Simbang Kabupaten Maros

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran(Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
I	357	13.000	2,74
II	557	13.500	4,12

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa saluran pemasaran pertama memperoleh efisiensi sebesar 2,74% sedangkan pada saluran pemasaran kedua sebesar 4,12%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua saluran pemasaran beras premium dalam penelitian ini sama-sama efisien, akan tetapi saluran pemasaran pertama ini lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran kedua karena pada saluran pemasaran pertama biaya pemasaran serta harga jual beras premium pada konsumen akhir lebih kecil yaitu sebesar Rp. 357,- per kilogram dan Rp. 13.000,- per kilogram. Sedangkan pada saluran pemasaran kedua biaya pemasaran serta harga jual ke konsumen akhir lebih besar yaitu Rp. 557,- per kilogram dan Rp 13.500 per kilogram.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran beras premium pada pabrik PB Citra Lestari di Desa Bontotallasa Kecamatan Simbang Kabupaten Maros, yaitu: (a) Pola saluran pemasaran I: Produsen □ Pedagang Pengumpul □ Konsumen Akhir; dan (b) Pola saluran pemasaran II: Produsen □ Pedagang Pengumpul □ Pedagang Pengecer □ Konsumen Akhir. Biaya Pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 357,- per kilogram sedangkan biaya pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 557,- per kilogram. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 5.000,- per kilogram sedangkan margin pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 5.500,- per kilogram. Keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 4.643,- per kilogram sedangkan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 4.953,- per kilogram. Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar 2,74% dan efisiensi pada saluran pemasaran II sebesar 4,12%.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2003). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi 2. Bandung: ALFABETA.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Produksi Beras di Sulawesi Selatan. Tersedia di halaman <https://sulsel.bps.go.id/indicator/53/1684/1/produksi-beras-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-sulawesi-selatan.html>.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Siregar, G., Putra, Y. A., & Pratiwi, D. (2021). Analisis Pemasaran Beras di Desa Cinta Rakyat Kabupaten Deli Serdang. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA), 1(1).
- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.