

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN BERAS
(Studi Kasus Gudang Beras Arung
di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2017

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN BERAS
(Studi Kasus Gudang Beras Arung
di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)

RISNAWATI. J
105960149713



SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Efisiensi Saluran Pemasaran Beras (Studi Kasus Gudang Beras Arung di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)

Nama : Risnawati. J

Stambuk : 1059 6014 97 13

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Pembimbing 1

Amruddin, S.Pt, M.Si
NIDN. 0922076902

Pembimbing II

St. Khadijah, Yahya Hiola, S.TP, M.Si.
NIDN. 0923098305

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

H. Burhanuddin, S.Pi., M.P
NIDN. 0912066901

Ketua Prodi Agribisnis

Amruddin, S.Pt., M.Si.
NIDN. 0922076902

HALAMAN PENGESAHAN KOMOSI PENGUJI

Judul : Efisiensi Saluran Pemasaran Beras (Studi Kasus Gudang Beras Arung di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa).

Nama : Risnawati. J

Stambuk : 1059 6014 97 13

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama _____ Tanda Tangan

1. Amruddin, S.Pt., M.Si
Ketua Sidang _____

2. St. Khadijah Yahya Hiola, S.TP., M.Si
Sekretaris _____

3. Dr.Ir.Kasifah.MP.
Anggota _____

4. Sitti Arwati, SP.,M.Si
Anggota _____

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : **Efisiensi Saluran Pemasaran Beras (Studi Kasus Gudang Beras Arung di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa)** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian skripsi ini.



Makassar, Agustus 2017

Risnawati. J
105960149713

ABSTRAK

RISNAWATI. J. 105960149713. Efisiensi Saluran Pemasaran Beras (Studi Kasus Gudang Beras Arung di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa). Dibimbing oleh AMRUDDIN dan ST. KHADIJAH YAHYA HIOLA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Saluran Pemasaran dan efisiensi pemasaran beras, di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang diantaranya yaitu 1 informan kunci yakni pemilik dari gudang beras tersebut, 3 orang tenaga kerja dimana 2 orang yang bertugas sebagai bagian penggilingan, dan 1 orang bertindak sebagai bagian pemasaran, sedangkan 3 orang lainnya bertindak sebagai pedagang besar, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam Efisiensi Saluran Pemasaran Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa yaitu dalam proses pemasaran beras menggunakan 3 saluran pemasaran diantaranya saluran I yaitu produsen ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul menjual kembali ke pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer langsung menjual ke konsumen, saluran pemasaran II yaitu dari produsen ke pedagang besar lalu ke pedagang pengecer kemudian dari pedagang pengecer langsung ke konsumen, kemudian pada saluran pemasaran III dari produsen langsung ke konsumen. Saluran pemasaran yang paling efisien yaitu terletak pada saluran pemasaran III hal ini disebabkan karena produsen langsung memasarkan berasnya ke konsumen sehingga jumlah biaya yang dikeluarkan tidak begitu besar.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Efisiensi Saluran Pemasaran Beras (Studi Kasus Gudang Beras Arung di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa).

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Amruddin, S.Pt., M.Si, selaku pembimbing I dan St. Khadijah Yahya Hiola,S.TP., M.S selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga dapat terselesaikan.
2. H. Burhanuddin, S.Pi, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Amruddin, S.Pt., M.Si selaku ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Kedua orang tua ayahanda Jamaruddin dan ibunda Rosmawati, dan adikku Wahyudani serta segenap keluarga yang senangtiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Kepada pihak pemerintah Kecamatan Bajeng khususnya kepala Desa Bontosunggu yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Daerah tersebut.
7. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat disebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga Kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya. Amin.

Makassar, Agustus 2017

Risnawati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ivx
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Rantai Pasokan.....	5

2.2 Pengertian Pemasaran	6
2.3 Fungsi Pemasaran	7
2.4 Saluran Pemasaran	9
2.5 Margin Pemasaran.....	11
2.6 Efisiensi Pemasaran	13
2.6 Kerangka Pemikiran.....	15
III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
3.2 Teknik Penentuan Informan.....	18
3.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Teknik Analisis Data	20
3.6 Definisi Operasional.....	21
IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1 Sejarah Singkat.....	23
4.2 Struktur Organisasi	24
V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Informan	25
5.1.1 Umur	25
5.1.2 Pendidikan.....	26
5.2 Rantai Pasokan Beras	28

5.3 Margin Pemasaran Beras	30
5.4 Kentungan Lembaga Pemasaran Beras	32
5.5 Tingkat Efisiensi Saluran dan Lembaga Pemasaran Beras	33
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran.....	36

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Karakteristik Informan Berdasarkan Umur di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	26
2.	Karakteristik Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	27
3.	Margin pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	31
4.	Keuntungan lembaga pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa	32
5.	Tingkat efisiensi saluran pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	34



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir Efisiensi Rantai Pasokan Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	17
2.	Saluran Pemasaran Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	28
3.	Peta Lokasi Penelitian.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian Efisiensi Rantai Pasokan Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	41
2.	Peta Lokasi Penelitian di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	45
3.	Karakteristik Identitas Informan di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa	46
4.	Perhitungan Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	47
5.	Perhitungan Biaya dan Keuntungan Pemasaran Besar di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	48
6.	Perhitungan Efisiensi Rantai Pasokan Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.....	49

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian adalah salah satu sektor sandaran hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia, sehingga sektor pertanian diharapkan menjadi basis pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang. Hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan potensi sumber daya manusia yang dimiliki oleh Indonesia. Salah satu komoditi andalan di sektor pertanian adalah padi. Di Indonesia beras merupakan makanan pokok dan juga makanan yang mengandung karbohidrat (Cristoporus dan Sulaeman, 2009).

Badan Litbang Pertanian (2005) mengungkapkan bahwa beras yang merupakan komoditas strategis berperan penting dalam perekonomian dan ketahanan pangan nasional, dan menjadi basis utama dalam revitalisasi pertanian ke depan. Sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk, kebutuhan beras dalam periode 2005-2025 diproyeksikan masih akan terus meningkat. Jumlah penduduk Indonesia saat ini mencapai 216 juta jiwa dengan angka pertumbuhan 1.7 % per tahun. Angka tersebut mengindikasikan besarnya bahan pangan yang harus tersedia. Kebutuhan yang besar jika tidak diimbangi peningkatan produksi pangan justru menghadapi masalah bahaya laten yaitu laju peningkatan produksi di dalam negeri yang terus menurun. Sudah pasti jika tidak ada upaya untuk meningkatkan produksi pangan akan menimbulkan masalah antara kebutuhan dan ketersediaan dengan kesenjangan semakin melebar.

Menurut Syahza (2003) disparitas antara harga gabah dan beras yang tinggi merupakan akibat dari panjangnya rantai distribusi komoditas pertanian. Keadaan ini akan menyebabkan besarnya biaya distribusi margin pemasaran yang tinggi, sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang. Kendati pada umumnya petani tidak terlibat dalam rantai pemasaran produk, sehingga nilai tambah pengolahan dan perdagangan produk pertanian hanya dinikmati oleh pedagang. Hal ini cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang harus dibayarkan oleh konsumen.

Beras menjadi komoditas pangan yang paling pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bahkan, beras merupakan food habit sehingga masyarakat beranggapan bahwa belum dikatakan makan kalau belum makan nasi. Banyaknya makanan khas Indonesia yang terbuat dari beras membuat beras menjadi bahan makanan yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia. Dari tahun ke tahun kebutuhan beras di Indonesia semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh peningkatan jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun. Sulawesi Utara merupakan salah satu Provinsi penghasil beras yang ada di Indonesia. Rantai pasokan menyangkut hubungan yang terus-menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir ke hulu, sedangkan informasi mengalir dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu (Assauri, 2011).

Tingkat konsumsi beras masyarakat Indonesia pada 2011 tercatat mencapai 102 kg per kapita per tahun. Angka konsumsi beras ini paling tinggi dibandingkan tingkat konsumsi di negara lain seperti Korea 40 kg per kapita per tahun, Jepang

50 kg per kapita per tahun, Malaysia 80 kg per kapita per tahun dan Thailand 70 kilogram per kapita per tahun. Rata-rata konsumsi beras dunia hanya 60 kg per kapita per tahun (Tempo 2013). Dengan tingkat konsumsi beras yang tinggi, ketahanan pangan Indonesia sangat rawan terutama bila terjadi bencana sehingga produksi beras tidak sesuai target. Oleh karena itu perlu dilakukan diversifikasi pangan.

Sulawesi Selatan merupakan salah satu daerah penghasil tanaman pangan dikawasan Timur Indonesia. Sebagian besar produksi padi Sulawesi Selatan dihasilkan oleh jenis padi sawah. Jenis padi ini menyumbang 97,33 % dari seluruh produksi, sedangkan sisanya dihasilkan oleh padi ladang. Areal pertanian padi sawah dan padi ladang di provinsi ini seluas 72.471 ha (Anonim, 2011).

Kabupaten Gowa merupakan salah satu daerah penghasil tanaman pangan di Provinsi Sulawesi Selatan. Selain padi sebagai komoditas tanaman pangan andalan, tanaman pangan lainnya yang dihasilkan Kabupaten Gowa adalah jagung, ubi kayu, dan kacang-kacangan. Produksi padi Kabupaten Gowa tahun 2012 sebesar 195.906,00 ton yang dipanen dari areal seluas 29.368 ha atau rata-rata 6,67 ton per hektar yang berarti turun sekitar 4,95 persen dibandingkan dengan tahun 2011, yang menghasilkan 206.082,00 ton padi dengan luas panen 31.224 ha atau rata-rata produksi 6,6 ton per hektar. Sedangkan besar produksi padi di Kabupaten Gowa dihasilkan oleh jenis padi sawah. Jenis padi ini menyumbang 97,33 panen dari seluruh produksi padi atau sebesar 190.678,00 ton. Sedangkan sisanya dihasilkan oleh padi ladang (BPS Kabupaten Gowa, 2013).

Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa, merupakan salah satu daerah yang memiliki sektor pertanian yang cukup luas. Dimana luas area pertanian di Desa Bontosunggu yaitu 252.50 Ha. Hasil produksi padi setelah panen di Desa Bontosunggu, sebagian penduduk ada yang menjualnya dan ada pula yang hanya untuk dikonsumsi sendiri. Produksi yang dijual dalam bentuk beras. Proses penjualan tersebut ada yang dilakukan di pasar dan ada pula yang langsung dijual ke pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan ada pula yang langsung dijual ke konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Saluran pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa ?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu, agar dapat memberikan informasi dan kajian tentang saluran pemasaran serta efisiensi pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Rantai Pasokan

Indrajit dan Djokopranoto (2002) menyatakan bahwa rantai pasokan pada hakikatnya adalah jaringan organisasi yang meyangkut hubungan dari hulu (*upstreams*) ke hilir (*downstreams*), dalam proses dan kegiatan yang berbeda yang menghasilkan nilai yang terwujud dalam barang dan jasa ditangan pelanggan terakhir (*ultimate customer*). Herjanto (2008) memaparkan bahwa definisi rantai pasokan sebagai berikut, merupakan sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling terkait untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen secara efisien dengan demikian barang dan jasa dapat di distribusikan dalam jumlah, waktu dan lokasi yang tepat untuk meminimkan biaya demi memenuhi kebutuhan konsumen, dan menekankan pada semua aktifitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang didalamnya terdapat aliran dan transformasi barang mulai dari bahan baku sampai ke konsumen akhir dan disertai dengan aliran informasi dan uang.

Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa rantai pasokan adalah sekumpulan aktivitas yang saling terkait untuk mengintergrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen atau hubungan dari hulu (*upstreams*) ke hilir (*downstreams*) secara efisien sehingga barang dan jasa dapat didistribusikan dalam jumlah,waktu dan lokasi yang tepat.

2.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu perpaduan aktivitas – aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu (Oentoro, 2010).

Menurut Rahim dan Hastuti (2007), pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditas yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, tempat, bentuk, yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan salah satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran. Pemasaran pertanian merupakan sejumlah kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari barang dan jasa yang dipertukarkan kepada konsumen atau pemakai dalam bidang pertanian, baik input maupun produk pertanian.

Menurut Said dan Intan (2001) pemasaran pertanian merupakan sejumlah kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari barang dan jasa yang dipertukarkan kepada konsumen atau pemakai dalam bidang pertanian, baik input maupun produk pertanian.

Selain itu juga pemasaran pertanian bisa dikatakan proses aliran komoditas yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu (*time utility*), guna tempat (*place utility*), dan guna bentuk (*form utility*) yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan salah satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran (Sudiyono,2001).

2.3 Fungsi Pemasaran

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (2005), fungsi pemasaran merupakan suatu kegiatan yang di dalamnya terdapat suatu proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang tertuju untuk memindahkan barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi.

Menurut Sudiyono (2004) fungsi pemasaran terbagi atas tiga yaitu : Fungsi Pertukaran, Fungsi Fisik, dan Fungsi Penyediaan Fasilitas. Fungsi – fungsi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Fungsi Pertukaran

Dalam pemasaran produk – produk pertanian meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hal pemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi pertukaran ini terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian. Dalam melaksanakan fungsi penjualan, maka produsen atau lembaga pemasaran yang berada pada rantai pemasaran sebelumnya harus memperhatikan kualitas, kuantitas, bentuk dan waktu serta harga yang diinginkan konsumen ataupun lembaga yang ada pada rantai pemasaran.

Fungsi pembeli ini diperlukan untuk memiliki komoditi-komoditi pertanian yang akan di konsumsi ataupun di gunakan dalam proses

produksi. Dalam melakukan pemindahan hak milik ini, lembaga yang melakukan penjualan maupun pembelian, tidak berharap secara langsung.

Lembaga pemasaran yang melakukan proses penjualan biasanya melibatkan makelar penjualan (*selling broker*), sedangkan lembaga pemasaran yang melakukan proses pembelian melibatkan makelar pembelian (*buying broker*)

2. Fungsi Fisik

Meliputi kegiatan – kegiatan yang secara langsung diberlakukan terhadap komoditi pertanian, sehingga komoditi – komoditi pertanian tersebut mengalami tambahan guna tempat dan guna waktu. Berdasarkan definisi fungsi fisik di atas, maka fungsi fisik ini meliputi pengangkutan dan penyimpanan. Fungsi pengangkutan ini meliputi perencanaan, pemilihan, dan pergerakan alat – alat transportasi dalam pemasaran produk – produk pertanian.

Fungsi pengangkutan ini pada prinsipnya adalah memindahkan produk – produk pertanian dari daerah *surplus*, dimana kegunaan produk pertanian rendah, ke daerah *minus* atau dari daerah produsen ke daerah konsumen. Untuk meningkatkan efisiensi transportasi, maka harus diperhatikan aspek – aspek : macam alat angkut, resiko kerusakan selama pengangkutan, kapasitas muatan dan keadaan daerah antara produsen dan konsumen. Fungsi fisik lainnya adalah penyimpanan. Fungsi penyimpana ini diperlukan karena produksi komoditi pertanian bersifat musiman, sedangkan pola konsumsi bersifat relatif dari waktu ke waktu.

Penyimpanan ini bertujuan untuk mengurangi fluktuasi harga yang berlebihan dan menghindari serangan hama dan penyakit selama proses pemasaran berlangsung.

3. Fungsi Penyediaan Fasilitas

Pada hakekatnya adalah untuk memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi penyediaan fasilitas merupakan usaha – usaha perbaikan sistem pemasaran untuk meningkatkan efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga. Fungsi penyediaan ini meliputi standarisasi, penggunaan resiko, informasi harga dan penyediaan dana. Fungsi pemasaran merupakan kegiatan atau tindakan dalam proses pemasaran.

Anindita (2004) menjelaskan bahwa fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran.

2.4 Saluran Pemasaran

Thamrin dan Francis (2012) mengemukakan saluran pemasaran adalah sekumpulan organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen. Pengertian ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan lembaga atau perantara untuk dapat menyalurkan produknya kepada konsumen akhir (Laksana, 2008).

Proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran panjang ataupun saluran pendek sesuai dengan kebijaksanaan distribusi yang ingin dilaksanakan perusahaan. Dengan demikian, rantai distribusi langsung menurut bentuknya di bagi dua yaitu :

a) Saluran distribusi langsung (*direct channel of distribution*) yaitu penyaluran barang – barang atau jasa – jasa dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara, seperti penjualan di tempat produksi, penjualan di toko/gerai produsen, penjualan dari pintu ke pintu, penjualan melalui surat.

b) Saluran distribusi tak langsung yaitu bentuk saluran distribusi yang menggunakan jasa kepada para konsumen. Rahim dan Hastuti (2007), mengemukakan pengertian tentang perantara adalah mereka yang membeli dan menjual barang-barang tersebut dan memilikinya. Mereka bergerak dibidang perdagangan besar dan pengecer. Sementara agen adalah orang atau perusahaan yang membeli atau menjual barang untuk perdagangan besar (*manufacturer*). Panjang pendeknya suatu saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu hasil komoditas pertanian tergantung pada beberapa faktor antara lain :

- 1) Jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran yang di tempuh oleh produk.

- 2) Cepat tidaknya produk rusak, produk yang cepat atau yang mudah rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
- 3) Skala produksi, bila produksi berlangsung dengan ukuran – ukuran kecil, maka jumlah yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal ini akan menguntungkan bila produsen langsung menjual ke pasar.
- 4) Posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran.

2.5 Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu *pertama*, margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, *kedua*, margin pemasaran merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya yang dibutuhkan lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran (Sudiyono, 2001)

Dengan menggunakan definisi pertama yang menyebutkan bahwa margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, maka lebih lanjut dapat dianalisis sebagai berikut. Harga yang dibayarkan konsumen merupakan harga di tingkat pengecer yaitu merupakan perpotongan antara kurva permintaan primer dengan kurva penawaran turunan. Sedangkan harga di tingkat petani merupakan potongan antara kurva permintaan turunan dengan kurva penawaran primer (Sudiyono, 2004).

Adapun biaya pemasaran terbagi menjadi 2 yaitu biaya pemasaran dalam arti sempit adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual dan membawa produk ke pasar dan biaya pemasaran dalam arti luas adalah biaya-biaya yang dikeluarkan sejak saat produksi selesai dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut berubah menjadi uang tunai. Selain itu juga biaya pemasaran merupakan biaya yang digunakan untuk memasarkan produk kepada public atau masyarakat seperti biaya promosi, distribusi dan lain-lain yang berkaitan dengan produk itu sendiri, serta biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau barang dagangan sampai ketangan konsumen.

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (2006) mendefinisikan margin pemasaran sebagai perbedaan harga yang dibayarkan oleh penjual pertama (produsen) dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Berdasarkan pengertian tersebut menunjukan selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran yang saling berinteraksi.

Berikut ini rumus yang digunakan dalam menghitung margin pemasaran yaitu sebagai berikut :

$$M = H_p - H_b$$

Ket :

M = Margin pemasaran

H_p = Harga pembelian

H_b = Harga jual

2.6 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan. Tingkat produktivitas sistem pemasaran dapat dilihat dari efisiensi dan efektifitas seluruh kegiatan fungsional pemasaran, yang juga menentukan kinerja operasi dan proses sistem. Efisiensi pemasaran dapat ditinjau dari terselenggaranya integrasi vertikal dan integrasi horizontal yang kuat, terjadi pembagian yang adil dari rasio nilai tambah yang tercipta dengan biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan produktif masing-masing pelaku (Gumbira dan Intan, 2001).

Kegiatan pemasaran pertanian tidak hanya proses pemindahan produk dari tangan petani selaku produsen ke tangan konsumen. Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang sangat kompleks meliputi proses pengumpulan produk dari para petani, pengepakan, penyimpanan, pendistribusian, termasuk di dalamnya pemilihan saluran pemasaran. Kegiatan-kegiatan tersebut bukan tanpa biaya. Efisiensi pemasaran dapat dinilai dari biaya akumulasi semua proses tersebut. Sistem pemasaran akan semakin efisien apabila semua kegiatan tersebut dilakukan dengan mengeluarkan biaya minimum.

Sistem pemasaran yang efisien akan mendorong rendahnya margin pemasaran sehingga perbaikan pendapatan di pihak produsen, harga yang relatif murah bagi konsumen serta keuntungan yang normal bagi para pelaku kegiatan pemasaran akan tercapai. Sebuah sistem pemasaran dikatakan efisien apabila semua kegiatan pemasaran yang meliputi kegiatan pengumpulan komoditas ditingkat petani (tersebar pada daerah yang cukup luas), kemasan komoditas,

transportasi, pengolahan serta distribusi (*wholesaling* dan *retailing*) berjalan dengan biaya minimum (Zahari, 2010).

Menurut Soekartawi (2004), mengemukakan bahwa efisiensi pemasaran akan terjadi jika :

1. Biaya pemasaran bisa ditekan sehingga ada keuntungan
2. Pemasaran dapat lebih tinggi
3. Prosentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi.
4. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran.

Adapun untuk mencari tingkat efisiensi dapat digunakan rumus sebagai berikut :

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

Kriteria pengambilan keputusan :

- EP sebesar 0 – 50 % maka saluran pemasaran efisien.
- EP lebih besar dari 50 % maka saluran pemasaran kurang efisien.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai efisiensi pemasaran (EP). Nilai efisiensi pemasaran ini dilihat dengan membandingkan nilai efisiensi pemasarn pada tiap-tiap saluran pemasaran. Apabila nilai EP suatu saluran pemasaran lebih kecil dari nilai EP saluran pemasaran lainnya, maka saluran pemasaran tersebut dikatakan memiliki efisiensi pemasaran yang lebih tinggi dari pada saluran pemasaran lainnya.

2.7 Kerangka Pemikiran

Tanaman padi merupakan sejenis tumbuhan yang sangat mudah ditemukan, dan merupakan komoditi penting bagi seluruh masyarakat Indonesia. Beberapa tanaman pangan dapat dijadikan sebagai bahan makanan pokok karena mengandung sumber energi dan protein yang dibutuhkan tubuh manusia dan salah satunya adalah beras, yang memiliki karbohidrat yang dibutuhkan oleh tubuh. Padi merupakan salah satu tanaman budidaya terpenting dalam peradaban (Ina, 2007).

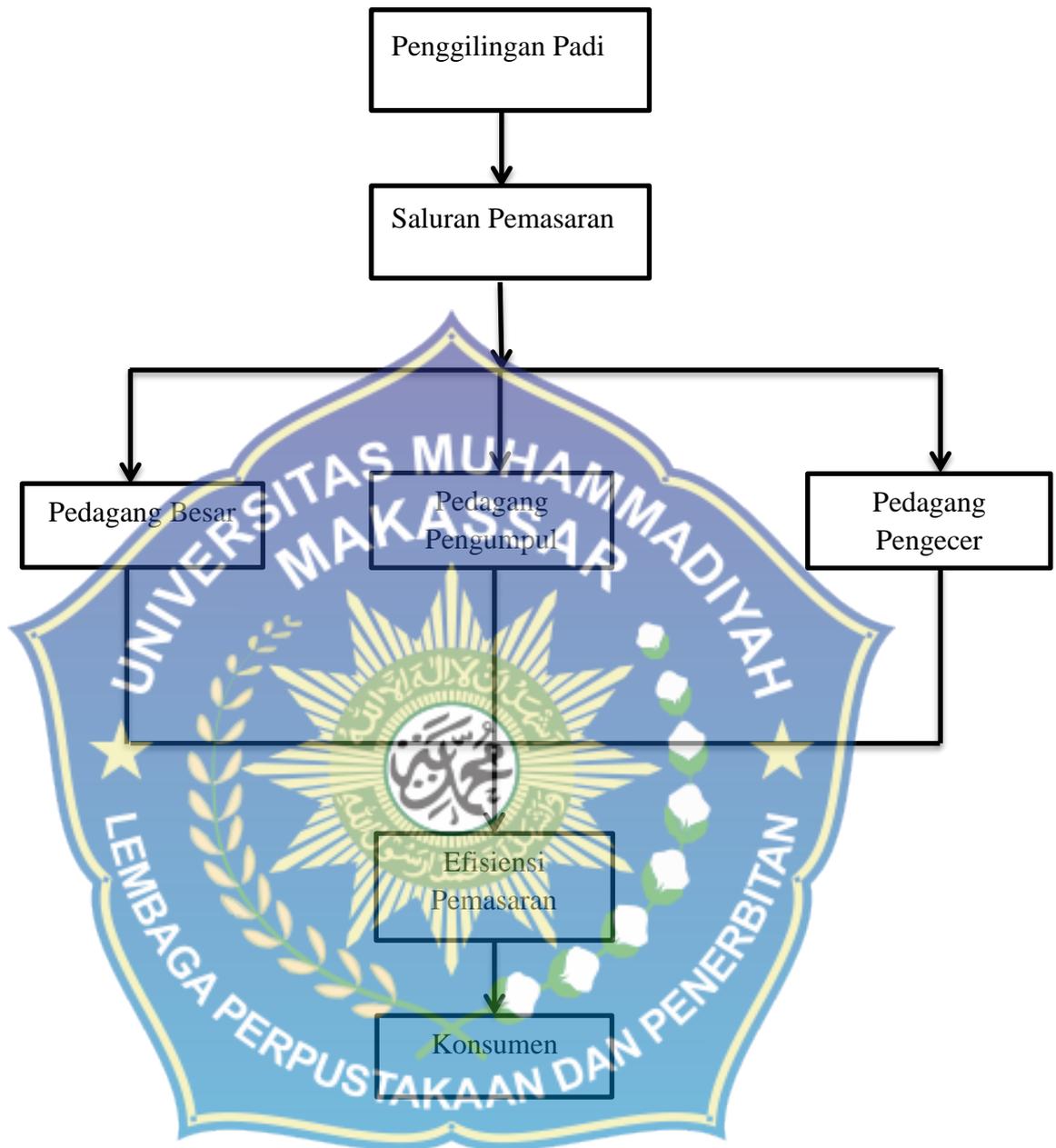
Badan Litbang Pertanian (2005) mengungkapkan bahwa beras yang merupakan komoditas strategis berperan penting dalam perekonomian dan ketahanan pangan nasional, dan menjadi basis utama dalam revitalisasi pertanian ke depan.

Beras menjadi komoditas pangan yang paling pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bahkan, beras merupakan food habit sehingga masyarakat beranggapan bahwa belum dikatakan makan kalau belum makan nasi. Banyaknya makanan khas Indonesia yang terbuat dari beras membuat beras menjadi bahan makanan yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia. Dari tahun ke tahun kebutuhan beras di Indonesia semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh peningkatan jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun. Sulawesi Utara merupakan salah satu Provinsi penghasil beras yang ada di Indonesia. Rantai pasokan menyangkut hubungan yang terus-menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir

ke hulu, sedangkan informasi mengalir dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu (Assauri, 2011).

Melihat dari keadaan dan ciri Negara Indonesia yang agraris maka, pembangunan sektor pertanian tidak boleh dikesampingkan bahkan harus diutamakan. Sektor pertanian telah berperan dalam perekonomian nasional melalui pembentukan PDRB, perolehan devisa, penyediaan pangan dan bahan baku industri, mengentaskan kemiskinan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pembangunan sektor pertanian diharapkan adanya peningkatan kesempatan kerja dan peningkatan pemerataan pendapatan petani. Berdasarkan dari teori yang mendasari penelitian ini maka dapat disusun suatu model dalam penelitian ini, yaitu:





Gambar 1. Kerangka Pemikiran Rantai Pasokan Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa. Waktu penelitian berlangsung selama 2 bulan. Adapun pertimbangan pemilihan lokasi yaitu untuk memperkenalkan usaha penjualan beras yang ada di Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa. Selain itu usaha penjualan beras ARUNG pun sudah lama berjalan.

3.2 Teknik Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang diantaranya yaitu 1 informan kunci yakni pemilik dari gudang beras tersebut, 3 orang tenaga kerja dimana 2 orang orang yang bertugas sebagai bagian penggilingan, dan 1 orang bertindak sebagai bagian pemasaran, sedangkan 3 orang lainnya bertindak sebagai pedagang besar, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Dalam penelitian ini teknik informan ditentukan secara purposive sampling atau disengaja.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang diperlukan untuk dihimpun dan diolah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah berbagai informasi dan keterangan yang diperoleh langsung dari sumbernya, yaitu para pihak yang dijadikan

informan penelitian. Ini adalah data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya, baik dengan cara tertentu atau pada periode waktu tertentu.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh orang lain, bukan peneliti itu sendiri. Data ini biasanya berasal dari penelitian lain yang dilakukan oleh lembaga-lembaga atau organisasi seperti BPS dan lain-lain.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode yaitu sebagai berikut.

1. Observasi / Pengamatan

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (partisipatif) ataupun nonpartisipatif. Maksudnya, pengamatan terlibat merupakan jenis pengamatan yang melibatkan peneliti dalam kegiatan orang yang menjadi sasaran penelitian, tanpa mengakibatkan perubahan pada kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan dan tentu saja dalam hal ini peneliti tidak menutupi dirinya selaku peneliti.

2. Wawancara

Metode wawancara tidak terstruktur adalah mencari data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden maupun mengadakan tanya

jawab untuk mengetahui informasi yang lebih mendalam mengenai suatu hal yang diketahui responden. Wawancara yang dapat dilakukan meliputi wawancara tak berencana tak berfokus dan wawancara sambil lalu. Wawancara tak berfokus adalah pertanyaan yang diajukan secara tidak terstruktur, namun selalu berpusat pada satu masalah tertentu (Sugiyono, 2008).

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu cara untuk memperoleh data atau informasi mengenai berbagai hal yang ada kaitannya dengan penelitian dengan jalan melihat kembali laporan-laporan tertulis baik berupa angka maupun keterangan (Sugiyono, 2008).

3.5 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif, dengan menggambarkan secara detail proses pemasaran serta nilai tambah yang diperoleh, diolah kemudian disajikan dalam bentuk tulisan, dan tabel frekuensi dan data diinput dalam skala pengukuran statistik. Fakta dan fenomena dalam data ini tidak dinyatakan dalam bahasa melainkan dalam numerik. Menyangkut analisis data kualitatif, menganjurkan tahapan-tahapan dalam menganalisis data kualitatif sebagai berikut:

- 1) Reduksi data, yaitu menyaring data yang diperoleh lapangan yang masih ditulis dalam bentuk uraian atau laporan terperinci, laporan tersebut direduksi, dirangkum, dipilih, difokuskan, pada bantuan program, disusun lebih sistematis, sehingga mudah dipahami.

- 2) Penyajian data, yaitu usaha untuk menunjukkan sekumpulan data atau informasi, untuk melihat gambaran keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian tersebut.

Data kuantitatif diinput dalam skala pengukuran statistik sehingga menganjurkan tahapan-tahapan dalam menganalisis data kuantitatif yaitu dengan menggunakan rumus efisiensi pemasaran berikut:

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

Kriteria pengambilan keputusan :

- EP sebesar 0 – 50 % maka saluran pemasaran efisien.
- EP lebih besar dari 50 % maka saluran pemasaran kurang efisien.

3.6 Defenisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur serta menuntun peneliti dalam menangani proses penelitian dan berguna dalam menyatukan pandangan serta menyeragamkan pengertian dari beberapa istilah.

Adapun definisi operasional yang dimaksud adalah :

1. Rantai pasokan adalah sekumpulan aktivitas yang saling terkait untuk mengintergrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen atau hubungan dari hulu (*upstreams*) ke hilir (*downstreams*) secara efisien sehingga barang dan jasa dapat didistribusikan dalam jumlah, waktu dan lokasi yang tepat.

2. Pemasaran merupakan sejumlah kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari barang dan jasa yang dipertukarkan kepada konsumen atau pemakai dalam bidang pertanian, baik input maupun produk pertanian.
3. Fungsi pemasaran terbagi atas tiga yaitu fungsi pemasaran, fungsi pertukaran dan fungsi penyedia fasilitas.
4. Saluran Pemasaran adalah sekumpulan organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi.
5. Margin Pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan oleh penjual pertama (produsen) dan harga yang dibayarkan oleh pembeli terakhir.
6. Efisiensi pemasaran merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan.



IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat

Gudang beras ARUNG terletak di Jl. Poros Limbung, Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa. Gudang Beras ARUNG didirikan oleh bapak Syahrir Dg Nassa pada tahun 2005. Gudang Beras ARUNG adalah tempat penjualan beras yang menyediakan kualitas beras yang bagus sehingga banyak pedagang yang membeli beras di Gudang Beras ARUNG.

Lokasi Gudang Beras ARUNG terletak di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa. Secara geografis Desa Bontosunggu memiliki luas wilayah 311,09 Ha dan berbatasan dengan desa-desa lain, yaitu :

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Panciro Kecamatan Bajeng
- b. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Maradekaya Kecamatan Bajeng
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Lempangang Kecamatan Bajeng
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Barombong Kecamatan Bajeng

Desa Bontosunggu termasuk daerah dataran rendah yang memiliki lahan pertanian yang luas sehingga sebagian penduduk di Desa Bontosunggu tersebut bermatapencarian sebagai petani.

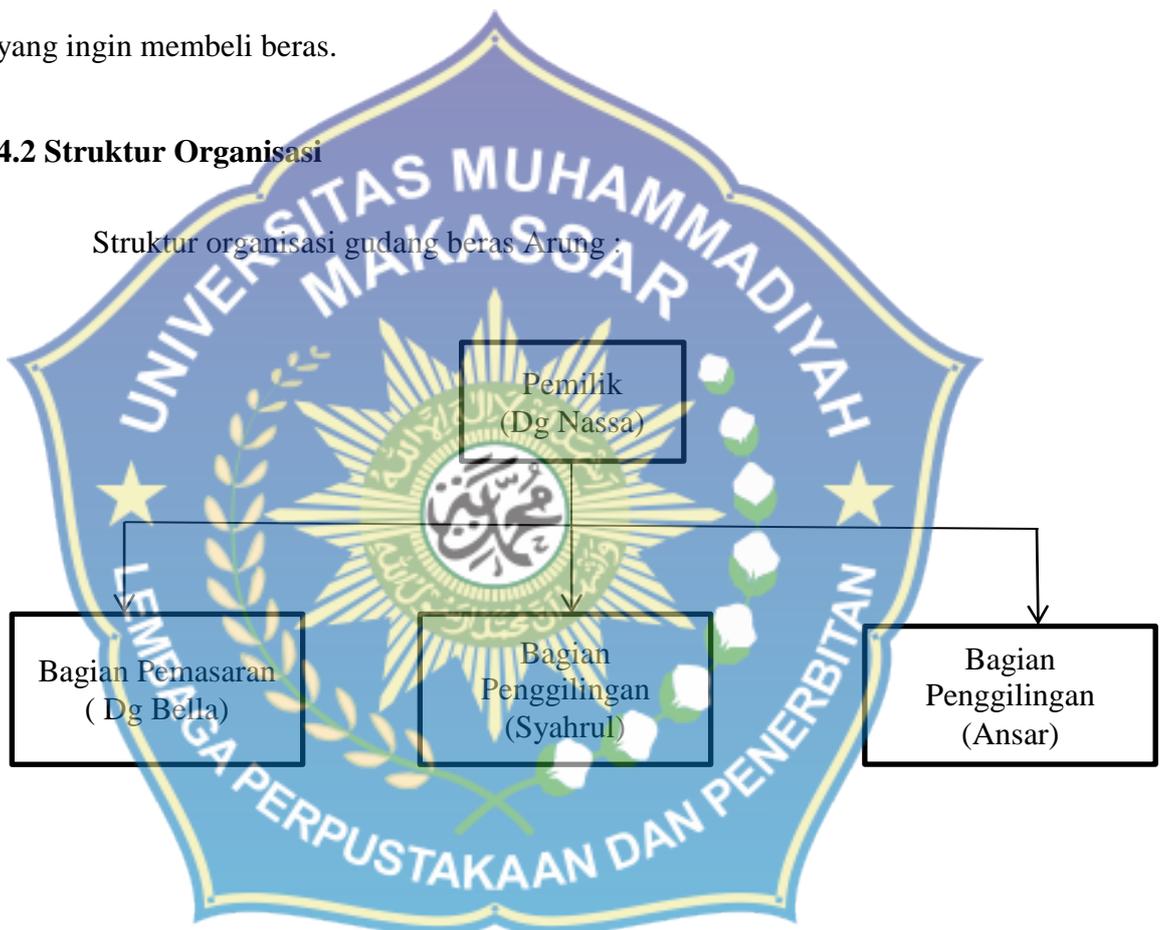
Usaha Gudang Beras ARUNG ini awalnya dikelola oleh orang tua dari Syahrir Dg Nassa sendiri yaitu Dg Ngintang dan Dg Buang. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, kondisi dari kedua orang tua Syahrir Dg Nassa sudah tidak mampu lagi untuk menjalankan usahanya karena usianya yang semakin tua sehingga ia menyerahkan usahanya kepada anaknya yaitu Syahrir Dg Nassa. Gudang Beras ARUNG ini awalnya hanya didirikan dirumahnya sendiri akan

tetapi seiring berjalannya waktu, usahanya semakin berkembang dan jumlah permintaan beras pun semakin meningkat, oleh karena itu ia membangun tempat usaha yang lebih besar.

Penentuan lokasi gudang beras ini dilakukan tidak jauh dari jalan poros, karena tempat yang strategis sehingga lebih mudah dijangkau oleh para pedagang yang ingin membeli beras.

4.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi gudang beras Arung :



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Informan

Karakteristik informan yang diuraikan berikut menggambarkan keadaan dan kondisi status informan dalam kegiatan usaha yang dijalankannya. Dalam penelitian ini, informan yang dimaksud adalah pemilik gudang beras, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Keadaan umum responden dapat dilihat dari umur, jenis kelamin dan pendidikan terakhir.

5.1.1 Umur

Umur merupakan gambaran kemampuan fisik dari seseorang dalam menjalankan aktivitas, selain itu juga umur menggambarkan banyaknya kesempatan yang dijalani seseorang dalam melakukan aktivitas, memahami segala keputusan dan bentuk kematangan berfikir. Umur adalah rentang kehidupan yang diukur dengan tahun, atau lamanya hidup dalam tahun yang dihitung sejak dilahirkan (Hurlock, 2004).

Usia informan bervariasi sehingga untuk mengetahui tingkatan umur masing-masing informan. Berikut ini terdapat tingkat umur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Informan Berdasarkan Umur di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

No	Usia (tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	27-33	2	28,58
2	34-40	1	14,28
3	41-47	4	57,14
Jumlah		7	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Berdasarkan hasil dari Tabel 1 di atas menjelaskan tentang karakteristik informan berdasarkan umur, dimana jumlah informan yang berumur 27-33 tahun dengan persentase 28,58% berjumlah 2 jiwa yaitu tenaga kerja yang bergerak dibagian pengilingan beras. Kemudian, informan yang berumur 34-40 tahun dengan persentase 14,28 % berjumlah 1 orang yaitu pemilik dari gudang beras tersebut . Informan yang berumur 41-47 tahun dengan persentase 57,14 % berjumlah 4 orang yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer dan tenaga kerja dari gudang beras tersebut.

Maka dapat dilihat bahwa keseluruhan informan berada pada usia yang produktif dan hal ini tentunya sangat berdampak positif dalam pengembangan usaha pemasaran beras. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2002), bahwa yang termasuk usia produktif adalah kisaran usia 15 sampai dengan usia 64 tahun.

5.1.2 Pendidikan Informan

Tingkat pendidikan mempengaruhi cara berfikir dan proses penanganan sebuah produk dan dalam proses pembelian pada saat membeli produk khususnya beras. Pada umumnya seseorang yang berpendidikan tinggi lebih mudah

menerima informasi atau masukan dibandingkan seseorang yang tidak memiliki pendidikan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Ahmadi (2003), bahwa pendidikan pada umumnya akan mempengaruhi cara berfikir seseorang. Pendidikan yang relatif tinggi menyebabkan seseorang lebih dinamis dalam menerima teknologi baru. Berikut ini Terdapat tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	SD	1	14,28
2	SMA	3	42,86
3	SMA	3	42,86
Jumlah		7	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 2 di atas menjelaskan tentang karakteristik responden mengenai tingkat pendidikan dimana jumlah karyawan dari tingkat pendidikan Sekolah Dasar dengan persentase 14,28 % berjumlah 1 orang dimana satu orang ini bertindak sebagai tenaga kerja bagian penggilingan beras, tingkat Sekolah Menengah Pertama dengan persentase 42,86 % berjumlah 3 orang, dimana 1 orang diantaranya adalah pemilik dari gudang beras itu sendiri, sedangkan 2 orang lainnya bertindak sebagai pedagang pengecer dan bertindak sebagai bagian dari pemasaran beras. Untuk tingkat Sekolah Menengah Atas dengan persentase 42,86 % berjumlah 3 orang yaitu bertindak sebagai pedagang pengumpul, tenaga kerja bagian pemasaran dan pedagang besar. Berdasarkan dari tingkat pendidikan

sekolah tersebut maka dapat dikatakan bahwa pendidikan responden masih sangat rendah dan dapat mempengaruhi kegiatan pemasaran beras tersebut.

5.2 Rantai Pasok (Saluran Pemasaran Beras).

Pada dasarnya, antara pemilik usaha beras dan pelaku pemasaran saling bergantung satu dengan yang lain. Kedua pihak sama-sama menjalankan usaha dengan bertumpuh pada kemampuan usaha masing-masing. Bentuk saluran pemasaran akan mempengaruhi biaya, keuntungan, dan efisiensi pemasaran. Berdasarkan observasi lapangan dapat ditemukan tiga bentuk saluran pemasaran yang digambarkan pada ilustrasi 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Saluran Pemasaran Beras Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi (Kolter dan Keller, 2007).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang ada di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa yaitu pemilik penggilingan beras menjual beras melalui tiga saluran pemasaran yaitu :

- a) Saluran 1 : melalui pedagang pengumpul Desa, kemudian langsung dipasarkan kepedagang pengecer, selanjutnya langsung dipasarkan kekonsumen.
- b) Saluran 2 : melalui pedagang besar kemudian langsung dipasarkan pedagang pengecer, dan selanjutnya langsung dipasarkan kekonsumen.
- c) Saluran 3 : melalui pedagang pengecer kemudian langsung dipasarkan ke konsumen.

Secara keseluruhan pihak-pihak yang berperang dalam memasarkan beras kepada konsumen adalah sebagai berikut :

- 1) Pemilik Usaha Penjualan Beras

Merupakan pihak yang memproduksi beras sekaligus menjadi orang pertama yang melakukan kegiatan penjualan beras disetiap saluran pemasaran. Pada penelitian ini pemilik menjual beras kepada pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan langsung kekonsumen. Jumlah beras yang dijual kepedagang pengumpul sekitar 1 ton dengan harga Rp 6.800/kg.

Sementara itu, pemilik menjual berasnya kepada pedagang besar dengan harga rata-rata sebesar Rp 6.800/kg. sedangkan untuk penjualan beras yang langsung dijual kekonsumen yaitu dengan harga Rp 7.500.

- 2) Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli beras dari pemilik usaha penjualan beras yang kemudian dijual kembali kepada pedagang pengecer. Pedagang pengumpul menjual beras kepada pedagang

pengecer dengan harga Rp 7.300/Kg. Jumlah beras yang dijual kepada pedagang pengecer sekitar 150-200 kg beras. Jumlah tersebut merupakan jumlah tetap yang diinginkan pedagang pengecer.

3) Pedagang Besar

Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli beras dalam jumlah yang banyak. Dalam penelitian ini pedagang besar biasanya membeli beras dalam jumlah yang banyak yaitu sekitar 5 ton setiap kali membeli. Pedagang besar ini membeli beras dengan harga Rp 6.800/kg. Pada saluran pemasaran 2, pedagang besar menjual berasnya kepada pedagang pengecer dengan harga Rp 7.800/kg.

4) Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan pelaku pemasaran yang berinteraksi langsung dengan pihak konsumen. Pedagang pengecer menjual beras kepada konsumen dengan harga Rp 8.000/kg.

5.3 Margin Pemasaran Beras

Dalam pembahasan ini akan diuraikan margin pemasaran melalui dari tingkat pedagang pengumpul desa sampai ke konsumen pada masing-masing saluran pemasaran. Adapun margin pemasaran pada masing-masing saluran disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Margin Pemasaran Beras Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

No	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran
1	Pemilik	6.000	6.800	800
	Pedagang Pengumpul	6.800	7.300	500
	Pedagang Pengecer	7.300	7.500	200
2	Pemilik	6.000	6.800	800
	Pedagang Besar	6.800	8.000	1.200
	Pedagan Pengecer	7.800	8.500	700
3	Pemilik	6.000	6.800	800
	Pedagang Pengecer	7.300	8.000	700

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 3. di atas diketahui bahwa margin pemasaran yang tertinggi diperoleh pedagang besar pada saluran pemasaran II. Pada saluran ini pedagang besar membeli beras dari pemilik yaitu Rp 6.800 per kg kemudian dijual kembali dengan harga Rp 8.000 per kg, hal ini sebabkan karena pedagang besar pada saluran pemasaran II langsung memasarkan berasnya diluar daerah oleh karena itu harga jualnya pun lebih tinggi. Sedangkan margin pemasaran yang terendah diperoleh pedagang pengecer pada saluran pemasaran I. Pada saluran pemasaran ini pedagang pengecer membeli beras dari pemilik yaitu Rp 7.300/kg kemudian dijual kembali dengan harga Rp 7.500/Kg. Hal ini disebabkan karena pedagang pengecer pada saluran I hanya memasarkan berasnya dalam jumlah yang sedikit.

Margin pemasaran yaitu selisih harga jual dengan harga beli dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya yang

dibutuhkan lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran (Sudiyono, 2001).

5.4 Keuntungan Lembaga Pemasaran Beras

Keuntungan lembaga pemasaran adalah balas jasa yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran yang turut serta memasarkan beras mulai dari tingkat pemilik usaha penjualan beras sampai tingkat konsumen (Sudiyono, 2001). Disamping itu, keuntungan tiap pelaku pemasaran dapat diketahui setelah mengurangi penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan dengan biaya usaha yang dikeluarkan selama proses pemasaran. Adapun keuntungan lembaga pemasaran yang memasarkan beras pada masing-masing saluran dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Keuntungan Lembaga Pemasaran Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran		Keuntungan (Rp/Kg)
	Tenaga Kerja	Transportasi	
I Pedagog Pengumpul	100.000	120.000	280
Pedagog Pengecer	-	30.000	170
II Pedagog Besar	100.000	870.000	230
Pedagog Pengecer	-	250.000	450
III Pedagog Pengecer	-	120.00	550

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017

Berdasarkan hasil dari Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa harga jual beras kepada pedagang pengumpul Rp 6.800/kg. pada saluran ini pedagang pengumpul melakukan penjualan kepedagog pengecer dengan harga jual yang

dikeluarkan sebesar Rp 7.300/kg, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp 280/kg. Lembaga yang paling besar mengeluarkan biaya adalah pedagang pengumpul, besarnya biaya yang dikeluarkan akibat biaya pemasaran meliputi biaya transportasi dan biaya tenaga kerja untuk mendistribusikan beras sampai ke konsumen melalui pedagang pengecer. Kemudian keuntungan terbanyak pada pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 550/kg. Hal ini disebabkan karena pedagang pengecer hanya mengeluarkan biaya transportasi saja, yaitu biaya bahan bakar. Saluran kedua, kelembagaan pemasaran yang terlibat ada 2 yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer. Pada tabel 4 di atas terlihat bahwa harga pembelian beras dari pemilik yaitu Rp 6.800/kg dengan harga jual sebesar Rp 7.800/kg, total biaya Rp 970.000 yang dikeluarkan oleh pedagang sehingga keuntungannya hanya sebesar Rp 230/kg hal ini disebabkan karena pengeluaran biaya pemasarannya juga besar. Biaya yang dikeluarkan yaitu biaya transportasi dan biaya tenaga kerja. Selain itu pemasaran beras ini dilakukan di luar daerah.

5.5 Tingkat Efisiensi Saluran dan Lembaga Pemasaran Beras

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran memberikan keputusan kepada setiap pihak-pihak yang terlibat produsen, konsumen, dan lembaga-lembaga pemasaran.

Untuk lebih jelasnya efisiensi saluran pemasaran beras di Desa Bontosunggu dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Tingkat Efisiensi Saluran dan Lembaga Pemasaran Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai jual (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
I	250.000	7.500	3,33
II	1.220.000	8.500	16,70
III	120.000	8.000	1,5

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017

Pada Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa tingkat efisiensi saluran pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa, dimana saluran pemasaran yang paling efisien terletak pada saluran pemasaran III dengan nilai 1.5 %, saluran pemasaran II tingkat efisiensinya yaitu 16.70%, sedangkan pada saluran pemasaran I yaitu dengan nilai 3,33 %. Pada tabel di atas menunjukkan bahwa saluran pemasaran III paling efisien, hal ini disebabkan karena pemilik usaha tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena produsen langsung memasarkan berasnya ke konsumen. Sedangkan pada saluran pemasaran II menunjukkan nilai efisien paling tinggi, karena panjangnya saluran pemasaran yang dilewati sehingga mempengaruhi harga ditingkat konsumen dan tingginya biaya pemasaran. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (2002), yang mengatakan bahwa apabila nilai efisien pemasaran lebih kecil dari 50% maka saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien, dan apabila lebih dari 50 % maka saluran pemasaran pun tak efisien.

Efisiensi merupakan suatu ukuran dalam membandingkan rencana penggunaan masukan dengan pembangunan yang direalisasikan atau perkataan lain penggunaan yang sebenarnya (Mulyamah, 2000).

Sesuai dengan pendapat Sudiyono (2001) secara sederhana konsep efisiensi ini didekati dengan rasio output-output, suatu proses :

- a) Output tetap konstan dicapai dengan input yang lebih sedikit
- b) Output meningkat sedangkan input yang lebih sedikit
- c) Output dan input sama-sama mengalami kenaikan, tetapi laju kenaikan output lebih cepat dari pada input.
- d) Output dan input sama mengalami penurunan, tetapi penurunan output lebih lambat dari pada input.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian maka dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam proses pemasaran beras menggunakan 3 saluran pemasaran diantaranya saluran I yaitu produsen ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul menjual kembali ke pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer langsung menjual ke konsumen, saluran pemasaran II yaitu dari produsen ke pedagang pengecer kemudian dari pedagang pengecer langsung ke konsumen, saluran pemasaran III dari produsen langsung lalu ke konsumen.
2. Berdasarkan saluran pemasaran beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kab Gowa, menunjukkan bahwa tingkat efisiensi pemasarannya berbeda beda dalam setiap lembaga pemasaran. Selain itu saluran pemasaran yang memiliki nilai yang paling efisien yaitu terletak pada saluran pemasaran III.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, maka ada pun saran yang ingin saya sampaikan yaitu disarankan kepada para pedagang yang terlibat dalam

saluran pemasaran tersebut agar lebih aktif dalam mencari informasi harga dipasar agar biaya pemasaran bisa ditekan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang lebih tinggi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti 2007, *Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan kasus*, Penebar Swadaya.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran Depok* : PT Raja Grafindo Persada.
- Ahmad. 2004. *Analisis Pendapatan Usahatani Padi di Kelurahan Bontoneo Kecamatan Mandai Kabupaten Maros*. Skripsi Universitas Negeri Makassar.
- Ahmadi,A.H, 2003 *Sosiologi Pendidikan*. Penerbit PT. Rinekha Cipta. Jakarta.
- Anindita, R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus, Surabaya.
- Anonima. 2008. *Teknik Penggilingan Padi Yang Baik*. agribisnis.deptan.go.id. Diakses pada tanggal 15 Juni 2011.
- Anonim. 2011. *Beras*. <http://www.asiamaya.com/nutrient/berasputih.html>, diakses 2 Juli 2017.
- Assauri, S. 2011. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit FEUI, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan dalam angka 2010.
- Cristoporus dan Sulaeman. 2009. *Analisis Produksi dan Pemasaran Jagung di Desa Labuan Toposo Kecamatan Tawaeli Kabupaten Donggala*. *Jurnal Agroland Vol.16, No.2* : 141-147. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Tadulako.
- Daniel, Moehar., 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Gumbira, E dan Sa'id A. Haritz Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hanafiah, H.M & A.M. Saefuddin. 2006 *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.

- Herjanto, Eddy. 2008. *Manajemen produksi dan Operasi*, edisi kedua, Penerbit PT Gramedia Widiasarana. Indonesia, Jakarta.
- Hurlock, Eb. 2004. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Indrajit, Eko dan Richardus Djokopranoto. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain*. PT Grasindo, Jakarta.
- Ina Hasanah.(2007).*Bercocok Tanam Padi*. Jakarta: Azka Mulia Media.
- Kolter dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Mubyarto.1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta : LPES.
- Oentoro, Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern* . Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Said, EG dan Intan, AH. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usahatani*. UJPress. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sudiyono A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sudiyono A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Syahza, Almasdi. 2003. "*Paradigma Baru: Pemasaran Produk Pertanian berbasis Agribisnis*". Jakarta: Jurnal Ekonomi, TH. VIII/01/Juli, PPD&I Fakultas Ekonomi Tarumanegara.
- Zen, Zahari. *Mengukur Efisiensi Produk Agribisnis*. <http://xa.yimg.com>. Diakses pada tanggal 26 Juni 2017.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Efisiensi Rantai Pasokan Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

KUESIONER PEMILIK PENGGILINGAN BERAS

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Pendidikan :

Agama :

Pekerjaan :

Lama Berusaha : Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang

1. Sejak kapan pabrik penggilingan beras ini didirikan ?
2. Bagaimana sistem pemasaran beras ini dilakukan ?
3. Siapa saja yang ikut terlibat dalam pemasaran beras ?
4. Berapa banyak beras yang ambil oleh pedagang besar setiap kali membeli ?
5. Berapa banyak beras yang ambil oleh pedagang pengumpul setiap kali membeli ?
6. Berapa banyak beras yang ambil oleh pedagang pengecer setiap kali membeli ?
7. Berapakah harga yang bapak diberikan kepada pedagang besar ?
8. Berapakah harga yang bapak diberikan kepada pedagang pengumpul ?
10. Berapakah harga yang bapak diberikan kepada pedagang pengecer ?

KUESIONER PEDAGANG PENGUMPUL

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Pendidikan :

Agama :

Pekerjaan :

Lama Berusaha :Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga :Orang

1. Sejak kapan bapak mulai menjual beras ?
2. Bagaimana sistem pemasaran beras ini dilakukan ?
3. Berapa banyak beras yang bapak ambil setiap kali membeli ?
4. Berapa harga beras yang bapak tawarkan ?



KUESIONER PEDAGANG PENGECEK

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Pendidikan :

Agama :

Pekerjaan :

Lama Berusaha :Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga :Orang

1. Sejak kapan bapak mulai menjual beras ?
2. Bagaimana sistem pemasaran beras ini dilakukan ?
3. Berapa banyak beras yang bapak ambil setiap kali membeli ?
4. Berapa harga beras yang bapak tawarkan ?



KUESIONER PEMILIK PENGGILINGAN BERAS

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Pendidikan :

Agama :

Pekerjaan :

Lama Berusaha : Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang

1. Sejak kapan bapak mulai menjual beras ?
2. Bagaimana sistem pemasaran beras ini dilakukan ?
3. Berapa banyak beras yang bapak ambil setiap kali membeli ?
4. Berapa harga beras yang bapak tawarkan ?



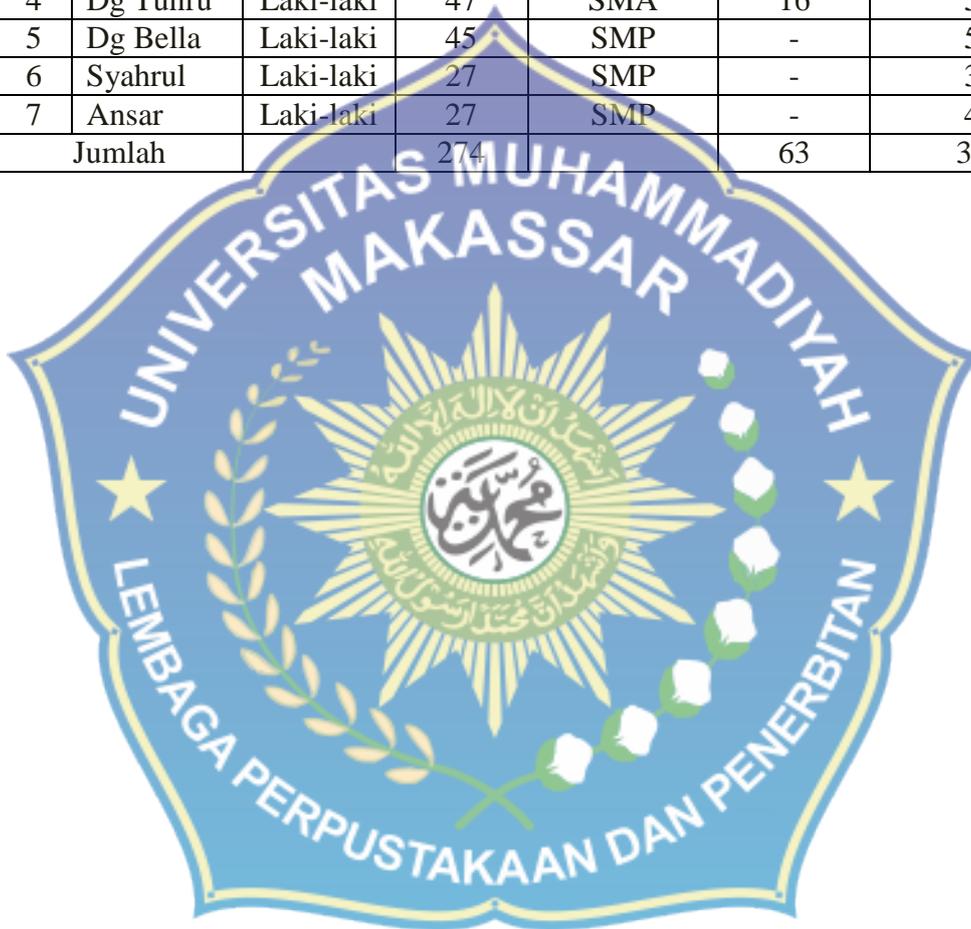
Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian



Gambar 3. Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

**Lampiran 3. Identitas informan di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng
Kabupaten Gowa 2017.**

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Tingkat pendidikan	Lama Berusaha (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Orang)
1	S Dg Nassa	Laki-laki	43	SMP	12	6
2	Dg Talli	Laki-laki	45	SMP	15	4
3	Hj. Hamka	Laki-laki	40	SMA	20	6
4	Dg Tunru	Laki-laki	47	SMA	16	5
5	Dg Bella	Laki-laki	45	SMP	-	5
6	Syahrul	Laki-laki	27	SMP	-	3
7	Ansar	Laki-laki	27	SMP	-	4
Jumlah			274		63	33



**Lampiran 4. Perhitungan Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran
Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten
Gowa 2017**

No	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran
1	Pemilik	6.000	6.800	800
	Pedagang Pengumpul	6.800	7.300	500
	Pedagang Pengecer	7.300	7.500	200
2	Pemilik	6.000	6.800	800
	Pedagang Besar	6.800	7.800	1.200
	Pedagan Pengecer	7.800	8.500	700
3	Pemilik	6.000	6.800	800
	Pedagang Pengecer	7.300	8.000	700



Lampiran 5. Perhitungan Biaya Dan Keuntungan Pemasaran Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa 2017.

Saluran Pemasaran		Biaya Pemasaran		Keuntungan (Rp/Kg)
		Tenaga Kerja	Transportasi	
I	Pedagang Pengumpul	100.000	120.000	280
	Pedagang Pengecer	-	30.000	170
II	Pedagang Besar	100.000	870.000	230
	Pedagang Pengecer	-	250.000	450
III	Pedagang Pengecer	-	120.00	550



Lampiran 6. Perhitungan Efisiensi Rantai Pasokan Beras Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa 2017.

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai jual (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
I	250.000	7.500	3,33
II	1.220.000	8.500	16,70
III	120.000	8.000	1,5



DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1. Bersama pemilik gudang beras ARUNG.

Gambar 2. Beras yang siap untuk dipasarkan.



Gambar 3. Alat/mesin pembersih beras.

Gambar 4. Bersama pedagang pengecer.



Gambar 5. Mobil pengangkutan beras.

Gambar 6. Bersama pedagang pengumpul



Gambar 7. Alat untuk menimbang beras (Timbangan)



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Sungguminasa Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan pada tanggal 2 Juli 1995 sebagai anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Jamaruddin dan Rosmawati. Pada tahun 2007 penulis lulus dari SDN Bontocinde kemudian dilanjutkan di SMP NEGERI 4 PALLANGGA. Pada tahun 2013 penulis dinyatakan lulus dari SMK NEGERI 1 GOWA Kabupaten Gowa. Kemudian melanjutkan keperguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar Pada tahun 2013, melalui jalur seleksi penerimaan Mahasiswa Baru dan memilih Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah magang dan propesi (KKP) di Desa Nirannuang Kecamatan Bontomarannu Kabupaten Gowa. Tugas akhir dalam pendidikan tinggi ini dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian yaitu menulis skripsi yang berjudul “Efisiensi Rantai Pasokan Beras di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa”.