

IDENTIFIKASI KAPASITAS PRODUKSI DAN RANTAI DISTRIBUSI KOMODITAS BERAS DI KABUPATEN BANYUMAS

Oleh:

Dian Purnomo Jati¹⁾, Najmudin¹⁾

E-mail:dianpur81@gmail.com

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

The purposes of this study is to identify the potential for increasing production capacity and economic capacity of rice farmers and rice traders in Banyumas Regency. Identification of the potential for the creation of added value in the production process of rice commodities from upstream to downstream. Identification includes the efficiency and effectiveness of the use of production factors, production processes, product variations created, identification of distribution and marketing channels. This study uses value chain analysis techniques to identify the creation of added value. A survey of rice farmers and rice traders was carried out. The analysis shows that the number of people working in the agricultural sector is shrinking. The majority of farmers have temporary workers. Whole raw materials or rice seeds come from local Banyumas district. The volume of rice production or harvest takes place in March and September. Adjusting to the planting period and weather changing conditions. Product marketing is still local in one district or one province. The amount of production marketed in the same regency is relatively balanced with the results of production marketed in the same province.

Keywords : farmers, rice traders, production capacity, value chains, distribution channels

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi peningkatan kapasitas produksi dan kapasitas ekonomi para petani padi dan pedagang beras di Kabupaten Banyumas. Dilakukan identifikasi terhadap potensi penciptaan nilai tambah di dalam proses produksi komoditas beras dari hulu sampai dengan hilir. Identifikasi meliputi efisiensi dan efektifitas penggunaan faktor produksi, proses produksi, variasi produk yang diciptakan, identifikasi jalur distribusi dan pemasaran. Penelitian ini menggunakan teknik analisis rantai nilai untuk mengidentifikasi penciptaan nilai tambah. Dilaksanakan survei terhadap para petani padi dan pedagang beras. Hasil analisis menunjukkan bahwa jumlah orang yang bekerja di sektor pertanian menyusut. Mayoritas petani memiliki tenaga kerja tidak tetap. Bahan baku atau bibit padi keseluruhannya berasal dari lokal kabupaten Banyumas. Volume produksi padi atau masa panen terjadi pada bulan Maret dan bulan September. Menyesuaikan dengan masa tanam dan kondisi perubahan cuaca. Pemasaran produk masih bersifat lokal satu kabupaten atau satu provinsi. Jumlah produksi yang dipasarkan dalam satu kabupaten yang sama relatif seimbang dengan hasil produksi yang dipasarkan dalam satu provinsi yang sama.

Kata kunci: petani, pedagang beras, kapasitas produksi, rantai nilai, jalur distribusi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor basis di Kabupaten Banyumas adalah sektor pertanian, sektor pertambangan dan penggalian, sektor listrik, gas dan air bersih, sektor bangunan, sektor pengangkutan dan komunikasi, sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan dan sektor jasa-jasa. Sedangkan 2 sektor non basis di Kabupaten Banyumas adalah sektor industri pengolahan dan sektor perdagangan, hotel dan restoran. Sektor basis yang merupakan sektor unggulan daerah perlu ditingkatkan kembali baik secara kualitas dan kuantitas. Sektor basis memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan PDRB. Sektor non basis juga perlu ditingkatkan walaupun kontribusinya terhadap PDRB relatif kecil. Setiap sektor terdiri atas banyak komoditas, berdasarkan hasil analisis LQ terhadap komoditas pada sektor pertanian menunjukkan hasil bahwa komoditas pertanian yang termasuk komoditas basis adalah komoditas padi sawah, padi ladang, kacang kedelai dan ketela pohon. Komoditas basis berarti komoditas tersebut di Kabupaten Banyumas mempunyai tingkat pertumbuhan produksi lebih cepat daripada produk yang sama di Propinsi Jawa Tengah. Komoditas basis layak dikembangkan (Jati, 2009).

Wilayah Eks. Karesidenan Banyumas merupakan basis penghasil beras yang cukup tinggi. Tinggi rendahnya harga jual bagi produk seperti beras ini sangat di pengaruhi oleh kesuksesan hasil panen para petani beras, dimana jika hasil panen melimpah, maka dapat dipastikan harga jual beras tersebut akan lebih rendah, namun jika hasil panen para petani rendah dan terjadi kelangkaan barang, maka harga jual di pasar akan melambung. Wilayah Kabupaten Banyumas sejauh ini memenuhi kebutuhan lokal untuk beras dengan mengambil dari beberapa wilayah diluar Banyumas dalam bentuk gabah kering. Pada saat musim penghujan hasil produksi gabah kering di wilayah Kabupaten Banyumas sampai dengan 50% dari kebutuhan secara menyeluruh, jika musim kering maka hasil panen lebih rendah dari angka 50%.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Purwokerto pada tahun 2009 menunjukkan beras yang beredar di wilayah Banyumas banyak berasal dari lokal wilayah Banyumas, walaupun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Banyumas, banyak pula beras yang didatangkan dari luar wilayah Kabupaten Banyumas, seperti; Cilacap, Sampang dan daerah Pantai Utara (Pantura). Disebabkan karena di wilayah-wilayah tersebut banyak terdapat petani gabah. Berasal dari petani, gabah tersebut dipasarkan kepada distributor untuk di giling menjadi beras siap konsumsi dan di jual kepada pedagang besar yang berada diwilayah Kabupaten Banyumas dan beberapa wilayah di luar Kabupaten Banyumas.

Hal cukup kontradiktif terlihat pada penyerapan pembiayaan yang berasal dari sektor pertanian. Walaupun menjadi salah satu komoditas basis dengan jumlah luas lahan dan luas panen yang cukup, akan tetap penyerapan pembiayaan dari sektor pertanian relatif kecil. Banyak bank dan lembaga keuangan lainnya yang tidak bersedia untuk membiayai usaha yang bergerak di sektor pertanian dikarenakan risikonya yang relatif besar. Keberhasilan panen tergantung dari faktor eksternal yang bersifat musiman dan sulit untuk diprediksi. Selain itu usaha pertanian dinilai banyak yang kurang layak untuk dibiayai. Fenomena rendahnya

pembiayaan pada sektor pertanian perlu untuk diidentifikasi lebih lanjut penyebab dan cara untuk mengatasinya. Salah satu cara adalah meningkatkan kapasitas ekonomi dan kapasitas pembiayaan terhadap para petani padi dan pedagang beras.

Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor produksi dan alur produksi komoditas beras berdasarkan analisis rantai nilai.
2. Mengidentifikasi jalur distribusi komoditas beras dari produsen ke konsumen
3. Mengidentifikasi potensi penciptaan nilai tambah terhadap komoditas beras di Kabupaten Banyumas

Tinjauan Literatur

Rantai Nilai

Rantai nilai menampilkan nilai keseluruhan, dan terdiri dari aktivitas nilai dan margin. Aktivitas nilai merupakan aktivitas nyata secara fisik dan teknologi yang dilakukan perusahaan. Aktivitas nilai dapat dicabangkan menjadi dua tipe yang luas, aktivitas primer dan aktivitas pendukung. Aktivitas primer meliputi penciptaan fisik produk dan penjualannya dan perpindahan kepada pembeli serta bantuan pasca penjualan. Aktivitas pendukung mendukung aktivitas primer dan satu sama lain dengan memberikan input pembelian, teknologi, sumber daya manusia, dan fungsi berbagai perusahaan secara luas. Analisis rantai nilai memperlihatkan organisasi sebagai sebuah proses yang berkelanjutan dalam kegiatan penciptaan nilai. Analisis dilakukan dengan cara mempelajari potensi penciptaan nilai. Porter membagi aktivitas-aktivitas kedalam dua kategori. Pertama adalah primary activities (aktivitas primer), yaitu aktivitas yang berkaitan dengan penciptaan fisik produk, penjualan dan distribusinya ke para pembeli, dan layanan setelah penjualan. Aktivitas ini terdiri dari inbound logistics (logistik ke dalam), operations (kegiatan operasi), outbound logistics (logistik ke luar), marketing and sales (pemasaran dan penjualan), servis (pelayanan). Kedua adalah support activities (aktivitas pendukung), yaitu aktivitas yang menyediakan dukungan yang diperlukan bagi berlangsungnya aktivitas primer. Aktivitas ini terdiri dari procurement (pembelian/pengadaan), technology development (pengembangan teknologi), human resource management (manajemen sumber daya manusia) dan firm infrastructure (infrastruktur perusahaan).

Metode Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan penelitian dilakukan di wilayah Kabupaten Banyumas.

Sumber Data

- Data primer yang diambil pada penelitian ini adalah data tentang profil usaha (volume produksi/usaha/omset) harga input/bahan baku, biaya produksi, biaya distribusi, margin keuntungan dan harga jual.
- Data sekunder diperlukan untuk mengidentifikasi terlebih dahulu persebaran data petani dan pedagang beras di Kabupaten Banyumas.

Metode Pengambilan Data

- Observasi menggunakan kuesioner, yaitu dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden.
- Dengan wawancara, yaitu dengan tanya jawab langsung dengan responden. Data yang diambil dengan wawancara adalah data pasokan rantai nilai serta keterkaitan antar wilayah.

Subyek Penelitian

- Petani padi di Kabupaten Banyumas, pedagang beras di Kabupaten Banyumas
- Pihak yang terkait dengan penelitian ini seperti pemerintah daerah, dan Badan Pusat Statistik.

Teknik Analisis Data

- **Analisis Rantai Nilai**, bertujuan untuk memetakan alur produk dari fase produksi (hulu) hingga fase pemasaran (hilir). Hal ini untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang sering muncul dan keunggulan kompetitif produk yang bisa dimanfaatkan untuk menciptakan nilai tambah (value added) produk.
- **Analisis Kualitatif Deskriptif**, bertujuan untuk mengetahui lebih dalam informasi dari hasil penyebaran kuesioner terhadap para petani padi dan pedagang beras di Kabupaten Banyumas. Akan dilakukan tabulasi terhadap pertanyaan-pertanyaan terkait dengan alur dan proses produksi di sektor pertanian.

PEMBAHASAN

Aspek Produksi

Bahan baku atau bibit padi keseluruhannya berasal dari lokal kabupaten Banyumas. Perolehan bibit bisa dengan melakukan pembibitan sendiri atau dengan membeli bibit di KUD atau melalui Gapoktan. Dilakukan identifikasi terkait dengan asal pemasok, masa pembelian, volume pembelian dan penyimpanan produk. Mayoritas pedagang (90%) memasok beras dari Kabupaten Banyumas, 5% mendapat pasokan dari Kabupaten lain di Jawa Tengah dan 5% responden lainnya mendapat pasokan dari provinsi lain.

Tabel: 1
Komposisi Biaya Produksi Petani Padi

Biaya Produksi	Persentase
Biaya bahan baku	15 %
Biaya tenaga kerja	15 %
Biaya overhead (misal. BBM, Listrik, Telp)	20%
Margin Keuntungan	50%
Biaya distribusi (transportasi, pengepakan,	0%
Biaya pemasaran/iklan	0%
Lainnya. Sebutkan:	0%
TOTAL	100 %

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diamati bahwa komposisi biaya produksi untuk pengadaan bahan baku dalam hal ini adalah bibit yaitu sebesar 15%. Berikutnya biaya tenaga kerja dan biaya overhead masing-masing memiliki proporsi sebesar 15% dan 20% dari total biaya produksi. Margin keuntungan yang diambil oleh para petani relatif tinggi sebesar 50%. Tingginya margin yang ditetapkan disebabkan di dalamnya termasuk upah bagi pemilik lahan sebagai penggarap utama dari lahan pertanian tersebut. Selanjutnya dari sisi pedagang beras, komposisi biaya terbear adalah biaya untuk memasok beras. Pedagang juga membutuhkan biaya transportasi dan biaya pengepakan. Margin keuntungan dari pedagang rata-rata sebesar 25%.

Tabel: 2
Komposisi Biaya Produksi Pedagang Beras

Biaya Produksi	Persentase
Biaya Pasokan	50 %
Biaya tenaga kerja	10 %
Biaya overhead (misal. BBM, Listrik, Telp)	5%
Margin Keuntungan	25%
Biaya distribusi (transportasi, pengepakan,	10%
Biaya pemasaran/iklan	0%
Lainnya. Sebutkan:	0%
TOTAL	100 %

Sumber: Data diolah

Volume produksi padi atau masa panen terjadi pada bulan Maret dan bulan September. Menyesuaikan dengan masa tanam dan kondisi perubahan cuaca. Pada perspektif pedagang dapat diamati pada tabel 4, pedagang melakukan pembelian beras pasokan cukup besar pada bulan Februari, Agustus, September dan Oktober.

Tabel: 3
Volume Produksi Petani Padi

No	Bulan	Volume Produksi/Panen	Alasan
1	Januari	Sedang	
2	Februari	Sedang	
3	Maret	Tinggi	Masa Panen
4	April	Sedang	
5	Mei	Sedang	
6	Juni	Sedang	
7	Juli	Sedang	
8	Agustus	Sedang	
9	September	Tinggi	Masa Panen
10	Oktober	Sedang	
11	November	Sedang	
12	Desember	Sedang	

Sumber: Data diolah

Tabel: 4
Volume Pembelian Beras di Tingkat Pedagang Beras

No	Bulan	Volume Produksi/Panen	Alasan
1	Januari	Tinggi	
2	Februari	Tinggi	Hajat di Bulan Maulud
3	Maret	Sedang	
4	April	Sedang	
5	Mei	Sedang	
6	Juni	Sedang	
7	Juli	Sedang	
8	Agustus	Tinggi	Masa Ramadhan dan Hari Raya
9	September	Tinggi	Masa Ramadhan dan Hari Raya
10	Oktober	Tinggi	Hajat di Bulan Dzulhijah
11	November	Sedang	
12	Desember	Sedang	

Sumber: Data diolah

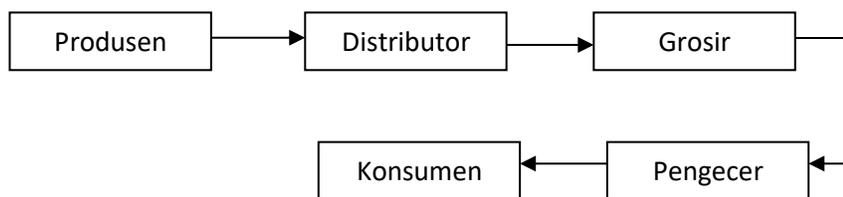
Proses produksi dilakukan sepanjang tahun dengan volume produksi yang relatif sama untuk setiap bulannya. Rata-rata volume produksi tertinggi terdapat di bulan Februari, Agustus, September dan Oktober. Berikutnya mayoritas responden menyatakan memiliki gudang sebagai tempat untuk menyimpan hasil produksi. Mayoritas produsen menyimpan hasil produksinya di gudang selama kurang dari satu bulan. Produsen yang tidak memiliki gudang penyimpanan beralasan bahwa biaya pembuatan gudang cukup tinggi. Berikutnya pedagang yang tidak memiliki gudang penyimpanan beralasan bahwa perputaran penjualannya cukup tinggi.

Aspek Pemasaran

Pemasaran produk masih bersifat lokal satu kabupaten atau satu provinsi. Jumlah produksi yang dipasarkan dalam satu kabupaten yang sama relatif seimbang dengan hasil produksi yang dipasarkan dalam satu provinsi yang sama. Pembelian mayoritas dilakukan oleh distributor dan pedagang eceran, yang selanjutnya didistribusikan lagi ke konsumen akhir.

Pedagang besar mendistribusikan sebagian besar produknya (87%) dalam satu wilayah Kabupaten. Berikutnya 13% dari total produknya didistribusikan ke kabupaten lain di Jawa Tengah. Sebanyak 65% dari total produk didistribusikan melalui pengecer sedangkan 35% lainnya dibeli langsung oleh konsumen akhir. Mayoritas pelanggan dari pedagang besar adalah perseorangan dengan volume pembelian yang jauh lebih besar dibandingkan pembeli yang merupakan badan usaha.

Secara garis besar terdapat dua model yang dipilih responden. Model pertama menunjukkan distribusi dari produsen ke konsumen akhir harus melewati jalur distributor, grosir dan pengecer terlebih dahulu. Selanjutnya model kedua cenderung lebih pendek, dari produsen didistribusikan ke pengecer dan langsung ke konsumen akhir. Semakin panjang jalur distribusi akan berdampak terhadap pembentukan harga yang diterima oleh konsumen akhir.

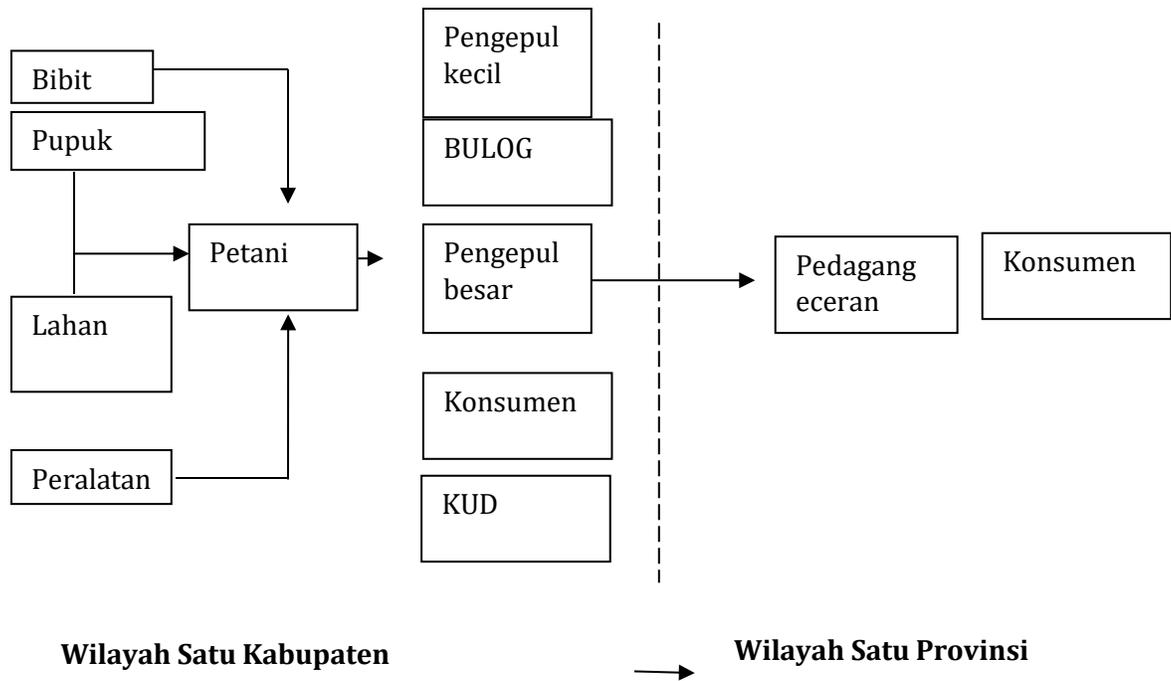


Grafik 1. Model I Jalur Distribusi Komoditas Beras



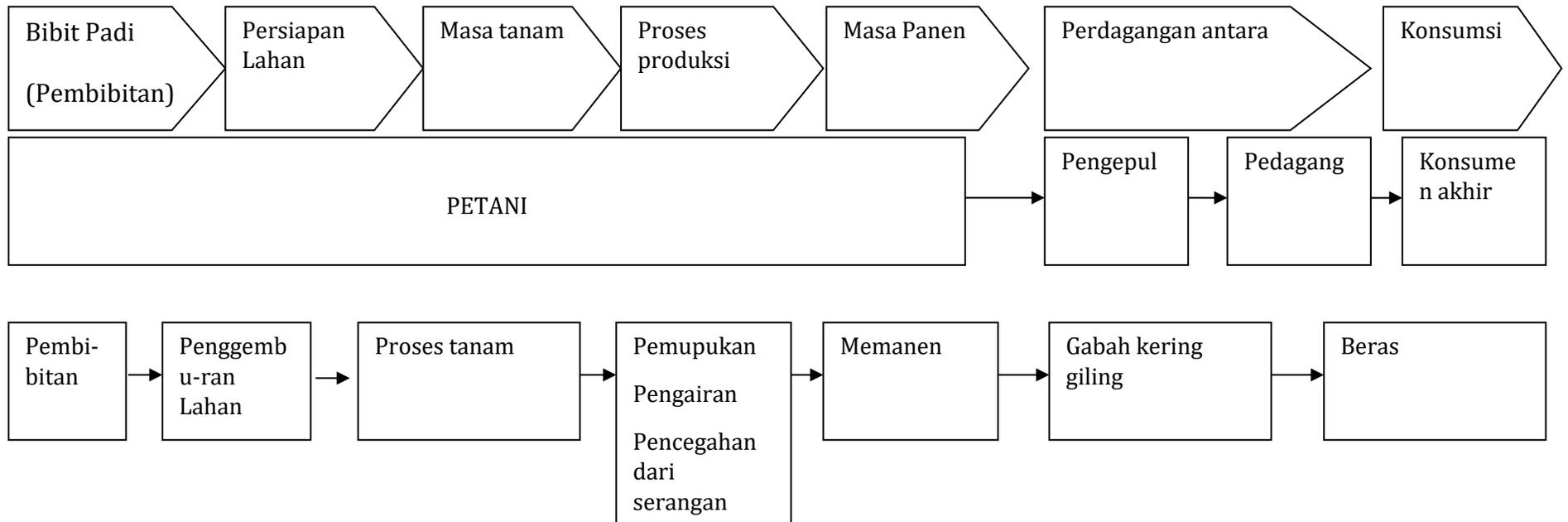
Grafik 2. Model II Jalur Distribusi Komoditas Beras

Sumber bahan baku seluruhnya dapat diperoleh dari lokal Kabupaten Banyumas. Hasil produksi mayoritas dilempar ke pasar lokal dan sebagian yang lain di luar Kabupaten Banyumas seperti Banjarnegara, Tegal, Brebes dan Wonosobo. Pedagang besar dan pedagang eceran memasok mayoritas dagangannya dari produsen lokal dan sebagian kecil dari luar Banyumas seperti dari Purbalingga dan Cilacap. Pemasaran beras dari pedagang besar juga sebagian besar di pasar lokal Banyumas, sebagian kecil ada yang di jual ke Purbalingga. Dapat diamati bahwa Kabupaten Banyumas relatif sudah bisa memenuhi kebutuhan logistik beras untuk masyarakatnya.



Grafik 3. Pemetaan Alur Geografis

Gambar 3 menunjukkan proses produksi dan pemetaan aktivitas terkait usaha tani padi di Kabupaten Banyumas. Faktor yang mendorong konsumen untuk membeli produk adalah variabel harga dan ketersediaan barang. Perkembangan harga beras untuk setiap kilogram dalam tiga tahun terakhir mengalami pertumbuhan sekitar 10% sampai dengan 15%. Penentuan harga produk bisa bervariasi menyesuaikan dengan volume pembelian. Mayoritas petani/pedagang menetapkan harganya berdasarkan biaya operasional ditambahkan margin keuntungan yang bervariasi. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kenaikan harga adalah peningkatan biaya bahan baku, peningkatan permintaan dan ketersediaan barang yang menurun. Peningkatan biaya produksi langsung akan direspon secara cepat oleh para pengusaha/pedagang beras dalam kurun waktu kurang dari satu minggu.



Grafik 4.
Perubahan Nilai Rantai

KESIMPULAN

Hasil penelitian peningkatan kapasitas ekonomi dan kapasitas pembiayaan melalui penguatan nilai tambah: studi pada petani padi dan pedagang beras di Kabupaten Banyumas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Usaha pertanian tanaman padi di Kabupaten Banyumas sebagian besar merupakan usaha perseorangan atau industri rumah tangga. Terkait dengan aspek ketenagakerjaan, mayoritas petani menyatakan bahwa permasalahan terkait dengan jumlah warga masyarakat yang berminat untuk bekerja di sektor pertanian menyusut. Mayoritas petani memiliki tenaga kerja tidak tetap.
2. Bahan baku atau bibit padi keseluruhannya berasal dari lokal kabupaten Banyumas. Perolehan bibit bisa dengan melakukan pembibitan sendiri atau dengan membeli bibit di KUD atau melalui Gapoktan. Mayoritas pedagang (90%) memasok beras dari Kabupaten Banyumas, 5% mendapat pasokan dari Kabupaten lain di Jawa Tengah dan 5% responden lainnya mendapat pasokan dari provinsi lain.
3. Volume produksi padi atau masa panen terjadi pada bulan Maret dan bulan September. Menyesuaikan dengan masa tanam dan kondisi perubahan cuaca.
4. Pemasaran produk masih bersifat lokal satu kabupaten atau satu provinsi. Jumlah produksi yang dipasarkan dalam satu kabupaten yang sama relatif seimbang dengan hasil produksi yang dipasarkan dalam satu provinsi yang sama. Pembelian mayoritas dilakukan oleh distributor dan pedagang eceran, yang selanjutnya didistribusikan lagi ke konsumen akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson and James A. Narus, 2000. Strengthen Distributor Performance through Channel Positioning. *Sloan Management Review*. 31 (Winter): 31-40
- Anderson, Hakan Hakansson, and Johanson, 2004. Dyadic Business Relationship Within a Business Network Contexts. *Journal of Marketing*. 54 (January): 1-15
- Anderson Erin and Barton Wietz, 2002. The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels. *Journal of Marketing Research*. Vol. 29 (February): 18-34
- Clements, P. 1986. A Conceptual Framework for Analyzing, Managing, and Evaluating Village Development Projects. *Sociologia Ruralis*, Vol. XXVI, No.2, pp. 128-145.
- Dorsch, Michael J., Swanson, Scott R., and Kelley, Scott W., 2000. The Role of Relationship Quality in the Satisfaction of Vendor as Perceived by Customer. *Journal of The Academy of Marketing Science*. Vol. 26 No. 2: 128-142
- Edward A. Morash and Steven R. Clinton, 2002. Supply Chain Integration: Customer Value Through Collaborative Closeness Versus Operational Excellence. *Journal of Marketing Theory and Practice*: 104-120
- Ferdinand, Augusty, 2000. Strategic Pathways Toward Sustainable Competitive Advantage. Unpublished DBA Thesis. Southern Cross Lismore. Australia.