

**Konstruksi Sosial dan Ekonomi Tataniaga Beras:
Fenomenologi Tataniaga Beras dari Kabupaten Demak
ke Kota Semarang**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

MARGARETHA ASTRI VIONA

NIM. C2B008045

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2013

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Margaretha Astri Viona

Nomor Induk Mahasiswa : C2B008045

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/IESP

Judul Skripsi : **KONSTRUKSI SOSIAL DAN EKONOMI
TATANIAGA BERAS: FENOMENOLOGI
TATANIAGA BERAS DARI KABUPATEN
DEMAK KE KOTA SEMARANG**

Dosen Pembimbing : Darwanto, S.E, M.Si

Semarang, 23 Agustus 2013

Dosen Pembimbing

(Darwanto, S.E, M.Si)

NIP. 197808112008121002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Margaretha Astri Viona

Nomor Induk Mahasiswa : C2B008045

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/IESP

Judul Skripsi : **KONSTRUKSI SOSIAL DAN EKONOMI
TATANIAGA BERAS: FENOMENOLOGI
TATANIAGA BERAS DARI KABUPATEN
DEMAK KE KOTA SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 4 September 2013

Tim Penguji

1. Darwanto, S.E, M.Si ()
2. Dr. Nugroho SBM, MSP ()
3. Drs. Y. Bagio Mudakir, MSP ()

Mengetahui,

Pembantu Dekan I

Anis Chariri, SE, Mcom, Ph.D. Akt

NIP 19670809 199203 1001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Margaretha Astri Viona, menyatakan bahwa skripsi dengan judul Konstruksi Sosial dan Ekonomi Tataniaga Beras: Fenomenologi Tataniaga Beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja atau tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 Agustus 2013

Yang membuat pernyataan,

(Margaretha Astri Viona)

NIM. C2B008045

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan,
dan bertekunlah dalam doa! (Roma 12:12)*

*Dia memberikan kekuatan kepada yang lelah
dan menambah semangat kepada yang tiada berdaya (Yesaya 40:29)*

Jehova Jireh.

Teruntuk Yesus, St. Maria, St. Margaretha, Ibu, Bapak, Popon, Duwa, & Mbah ti
yang selalu ada dan selalu sabar menanti.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis tataniaga beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang. Menganalisis saluran tataniaga dan margin tataniaga, yang terdiri atas harga beli, biaya yang dikeluarkan serta keuntungan yang diperoleh setiap lembaga tataniaga.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma interpretif, dengan metode fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, terhadap 38 informan yang dipilih dengan *snowball sampling*. Data yang telah dikumpulkan, dianalisis dengan mengadopsi model analisis Miles dan Huberman, yang terdiri dari 3 proses yaitu reduksi data, *display*/penyajian data dan verifikasi/kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tataniaga beras dapat dilihat dari sisi sosial dan ekonomi. Dari sisi sosial, tataniaga beras merupakan hasil dari konstruksi sosial masyarakat yang sangat erat kaitannya dengan interaksi sosial. Dari sisi ekonomi, terdapat empat saluran tataniaga beras yang ada dalam proses tataniaga beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang. Margin tataniaga tertinggi adalah pada saluran tataniaga 1 yang merupakan saluran terpanjang yaitu 62,96% dan terendah adalah saluran tataniaga 4 yang merupakan saluran tataniaga terpendek yaitu 57,5%. Dalam penelitian ini juga melihat aspek biaya transaksi, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dan penggilingan gabah untuk mencari informasi dan bernegosiasi atau tawar-menawar dalam pembelian gabah, sebesar Rp 2,00 per kg di tingkat pedagang pengumpul dan Rp 4,00 per kg di tingkat penggilingan gabah.

Kata kunci: *tataniaga beras, konstruksi sosial, margin tataniaga, biaya transaksi*

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze rice distribution from Demak to Semarang. Analyzing distribution channel and margin, which consist of price, costs and profit of each distribution institutions.

This study is phenomenology research conducted within qualitative method. Primary data was collected from interview with 38 informants were selected by snowball sampling. The obtained data were analyzed by adopting Miles and Huberman analysis model, which consists of 3 processes of data reduction, display / presentation of data and verification / conclusions.

The results showed that rice distribution can be viewed from the social and economic side. From the social side, rice distribution is the result of social construction which is closely associated with social interaction. From the economic side, there are four channels of rice distribution is in the process of rice distribution from Demak to Semarang. Highest margin distribution is on channel 1 which is the longest channel is 62.96% and the lowest is on channel 4 which is the shortest channel is 57.5%. In this study also observe transaction costs, costs incurred by traders and milling grain to seek information and negotiate or bargain in the purchase of grain, amounting to Rp 2,00 per kg at the collector and Rp 4,00 per kg at the miller.

Keywords: rice distribution, social construction, margin distribution, transaction costs

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Konstruksi Sosial dan Ekonomi Tataniaga Beras: Fenomenologi Tataniaga Beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H Moh. Nasir, M.Si., Akt., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Ibu Nenek Woyanti S.E., M.Si., selaku dosen wali yang telah memberikan bantuan selama penulis menempuh studi di Universitas Diponegoro.
3. Bapak Darwanto, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, nasihat dan waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Anis Chariri, SE., M.Com., Ph.D., Akt. yang telah meluangkan waktu untuk diskusi dan memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Nugroho SBM, MSP dan Bapak Drs. Y. Bagio Mudakir, MSP selaku dosen penguji.
6. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis khususnya jurusan IESP yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh staf tata usaha dan karyawan yang telah membantu penulis selama menempuh studi di Universitas Diponegoro.
8. Semua responden. Petani, pedagang pengumpul, penggilingan gabah, dan pedagang, baik yang ada di Kabupaten Demak maupun di Kota Semarang. Terimakasih atas bantuan dan partisipasinya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Keluarga. Ibu, Bapak, Popon, Duwa, Mbah ti, dan keluarga besar yang selalu ada untuk penulis, selalu mendukung dan mendoakan penulis. Terimakasih untuk cinta, perhatian dan penantian kalian.

10. Indah, *the great bestfriend in the world*. Terimakasih untuk pengertian, kebahagiaan, dan kegilaan selama 7 tahun bersahabat. *I'm so sorry sist*. Terimakasih juga untuk keluarga Indah, Mas Jerry, dan Mas Vino.
11. Sahabat-sahabat di IESP Ari, Trulyn, Dita, Erina, dan Niken. Terimakasih untuk setiap kebahagiaan selama ini dan untuk bantuannya dalam pencarian data ke Demak. Terimakasih juga untuk semua teman-teman IESP 2008.
12. Semua teman-teman penulis. Mas Pram, Tya, Mas Dio, Mas Bin, Mas Aland, teman-teman PRMK, teman sekolah, baik teman SD, SMP dan SMA yang setiap hari selalu menanyakan perkembangan skripsi ini dan selalu memberikan semangat, bantuan dan doa untuk penulis.
13. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih jauh dari sempurna. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Semarang, 23 Agustus 2013

Margaretha Astri Viona

NIM. C2B008045

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Konstruksi Sosial	10
2.1.2 Teori Ekonomi Biaya Transaksi.....	11
2.1.3 Tataniaga Pertanian	13
2.1.4 Struktur Tataniaga Beras di Indonesia	18
2.2 Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	29
3.1.1 Pendekatan Kualitatif	29
3.1.2 Paradigma Penelitian.....	30
3.1.3 Fenomenologi	31
3.2 Pengumpulan Data	32
3.2.1 Wawancara	32

3.2.2 Informan	33
3.3 Setting Penelitian	35
3.4 Analisis Data	35
3.4.1 Reduksi Data	36
3.4.2 Display/Penyajian Data	37
3.4.3 Menarik Kesimpulan/Verifikasi	38
3.5 Validitas dan Reabilitas dalam Penelitian Kualitatif	39
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian: Kabupaten Demak	40
4.2 Analisis Data	42
4.2.1 Saluran Tataniaga Beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang	42
4.2.2 Peran Produsen dan Lembaga Tataniaga dalam Proses Pengadaan dan Tataniaga Beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang	47
4.2.3 Marjin Tataniaga Beras	68
4.2.4 Diskusi.....	74
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Keterbatasan.....	90
5.3 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kebutuhan, Produksi, dan Kekurangan Beras Kota Semarang Tahun 2007-2011	2
Tabel 1.2 Luas Panen, Rata-Rata Produksi dan Produksi Padi di Jawa Tengah Tahun 2011	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Informan	34
Tabel 4.1 Tenaga Kerja berdasarkan Lapangan Usaha di Kabupaten Demak Tahun 2011	41
Tabel 4.2 Karakteristik Petani	55
Tabel 4.3 Karakteristik Penggilingan Gabah	63
Tabel 4.4 Karakteristik Pedagang Besar	65
Tabel 4.5 Karakteristik Pedagang Kecil	68
Tabel 4.6 Marjin Tataniaga dalam Tataniaga Beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang	70
Tabel 4.7 Saluran Tataniaga.....	75
Tabel 4.8 Perbandingan Marjin Tataniaga pada Saluran I.....	82
Tabel 4.9 Perbandingan Marjin Tataaniaga pada Saluran II.....	84
Tabel 4.10 Perbandingan Marjin Tataniaga pada Saluran III	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Determinan Biaya Transaksi	13
Gambar 2.2 Marjin Tataniaga	17
Gambar 2.3 Struktur Tataniaga Padi di Indonesia melalui Saluran Swasta	19
Gambar 2.4 Struktur Tataniaga Padi di Indonesia melalui Saluran Pemerintah	20
Gambar 2.5 Distribusi Beras di Indonesia (Kasus 1)	21
Gambar 2.6 Distribusi Beras di Indonesia (Kasus 2)	22
Gambar 3.1 Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman	36
Gambar 4.1 Pembagian Lahan Kabupaten Demak	40
Gambar 4.2 Saluran Tataniaga Beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang	47
Gambar 4.3 Petani dan Sawah	53
Gambar 4.4 Alat Penggilingan Gabah	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beras merupakan komoditi penting bagi Indonesia, karena beras merupakan makanan pokok hampir seluruh penduduk. Pentingnya keberadaan beras membuat pemerintah memberi perhatian khusus. Pemerintah mengatur ketersediaan beras agar kebutuhan seluruh penduduk tercukupi melalui Bulog. Selain Bulog, pihak swasta juga memiliki peranan yang cukup besar dalam ketersediaan beras di Indonesia.

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi penyangga pangan nasional. Produksi padi Jawa Tengah menempati urutan ketiga setelah provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur. Menurut data BPS, 35 kota/kabupaten di Jawa Tengah memproduksi padi, namun tidak semua daerah mampu mencukupi kebutuhan berasnya, dan mengharuskan daerah yang kekurangan beras mendatangkan beras dari daerah lain yang memiliki surplus beras. Salah satu daerah yang harus mendatangkan beras dari daerah lain adalah Kota Semarang.

Kota Semarang sebagai ibu kota provinsi yang memiliki total penduduk 1.585.417 jiwa, pada tahun 2011 hanya menghasilkan gabah sebanyak 32.664 ton atau setara dengan 20.578,32 ton beras. Produksi beras rata-rata selama 5 tahun terakhir hanya mampu mencukupi 0,01% kebutuhan beras.

Tabel 1.1
Kebutuhan, Produksi dan Kekurangan Beras Kota Semarang
Tahun 2007 - 2011

Tahun	Kebutuhan Beras (ton)	Produksi Beras (ton)	Kekurangan Beras (ton)
2007	131.502.578,03	15.426,18	-131.488.865,87
2008	138.350.067,20	17.231,76	-138.334.750,08
2009	137.489.491,70	20.673,45	-137.471.115,30
2010	137.604.779,70	19.975,41	-137.587.023,78
2011	141.863.113,16	20.578,32	-141.844.821,32

Sumber: BPS, Kementerian Pertanian, diolah.

Kebutuhan beras dipenuhi dengan mendatangkan beras dari daerah-daerah, antara lain Kabupaten Demak, Kabupaten Klaten, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Kendal, dan Kabupaten Semarang yang merupakan daerah-daerah dengan produksi beras yang cukup tinggi, dan dapat dikatakan sebagai daerah surplus beras.

Pemenuhan kebutuhan beras memerlukan proses tataniaga dari daerah surplus ke daerah defisit beras. Proses tataniaga beras tidak hanya dapat dilihat dari sisi ekonomi, melainkan juga dari sisi sosial. Dari sisi sosial, tataniaga dapat dikatakan sebagai salah satu hasil dari interaksi pihak-pihak yang terkait di dalamnya. Interaksi merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang perorangan, antara kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia (Gillin dan Gillin dalam Soekanto, 2002: 61). Dari definisi interaksi sosial tersebut dapat dikatakan interaksi bersifat dinamis, begitu pula dalam proses tataniaga beras.

Tabel 1.2
Luas Panen, Rata-Rata Produksi dan Produksi Padi di Jawa Tengah
Tahun 2011

Kota/Kab	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Rata-Rata Produksi (ku/ha)
Kab. Cilacap	122.480	670.146	54,71
Kab. Banyumas	64.123	354.111	55,22
Kab. Purbalingga	37.621	214.234	56,95
Kab. Banjarnegara	25.864	155.853	60,68
Kab. Kebumen	79.190	451.513	57,02
Kab. Purworejo	53.693	304.525	56,72
Kab. Wonosobo	30.705	172.001	56,02
Kab. Magelang	50.695	314.993	62,13
Kab. Boyolali	43.922	246.063	56,02
Kab. Klaten	47.884	206.815	43,19
Kab. Sukoharjo	35.082	190.411	54,28
Kab. Wonogiri	67.927	354.543	52,19
Kab. Karangayar	40.432	211.846	52,40
Kab. Sragen	94.127	553.310	58,78
Kab. Grobogan	112.123	623.125	55,58
Kab. Blora	77.668	366.982	47,25
Kab. Rembang	44.944	224.676	49,99
Kab. Pati	99.654	524.731	52,66
Kab. Kudus	23.149	128.014	55,30
Kab. Jepara	44.779	209.239	46,73
Kab. Demak	100.318	605.602	60,37
Kab. Semarang	35.645	196.997	55,26
Kab. Temanggung	26.282	158.892	60,46
Kab. Kendal	44.498	253.728	57,02
Kab. Batang	43.552	191.448	43,96
Kab. Pekalongan	40.812	189.308	46,39
Kab. Pemalang	69.612	332.861	47,82
Kab. Tegal	63.523	325.323	51,21
Kab. Brebes	91.274	595.058	65,19
Kota Magelang	526	2.954	56,16
Kota Surakarta	124	603	48,62
Kota Salatiga	1.365	7.338	53,76
Kota Semarang	7.190	32.664	45,40
Kota Pekalongan	2.580	15.312	59,35
Kota Tegal	1.063	6.779	63,77

Sumber: BPS, Jawa Tengah dalam Angka 2011

Setiap lembaga tataniaga termasuk produsen memiliki tafsiran atau interpretasi masing-masing atas informasi atau peristiwa yang terjadi terkait dengan tataniaga beras. Interpretasi tersebut yang kemudian akan menentukan tindakan yang akan diambil. Selain itu, para lembaga tataniaga juga sudah memiliki kebiasaan-kebiasaan atau pola dalam tataniaga beras yang sudah berulang kali dilakukan. Tindakan setiap lembaga tataniaga dapat mempengaruhi tindakan lembaga tataniaga yang lainnya, karena adanya interaksi.

Tindakan yang dimaksud diatas berbeda-beda antara satu lembaga tataniaga dengan lembaga tataniaga lainnya. Petani akan memutuskan kepada siapa, pada tingkat harga berapa dan bagaimana gabah hasil panennya akan dijual. Pedagang pengumpul akan menentukan berapa harga gabah yang sesuai, kepada siapa akan membeli gabah dan kepada siapa akan menjual gabah. Penggilingan gabah menentukan kepada siapa akan membeli gabah, pada tingkat harga berapa, bagaimana pengolahan gabah menjadi beras, kepada siapa dan pada tingkat harga berapa akan menjual beras. Sementara pedagang akan menentukan kepada siapa akan membeli beras, pada tingkat harga berapa beras akan dibeli dan dijual. Tindakan-tindakan yang diambil oleh setiap pelaku akan berbeda-beda tergantung bagaimana mereka menginterpretasikan segala informasi yang didapatkan dan bagaimana proses interaksi antara satu pelaku dan pelaku lain terjadi. Proses interaksi tersebut akan menentukan bagaimana tataniaga beras terbentuk.

Dari sisi ekonomi, tataniaga beras yang efisien merupakan kondisi yang sangat diperlukan. Sistem tataniaga ini nantinya akan menentukan berapa harga

yang diterima petani dan harga yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan beras. Setiap lembaga tataniaga dipastikan akan menentukan harga jual untuk lembaga tataniaga selanjutnya, harga tersebut merupakan penggabungan antara harga beli dari lembaga tataniaga sebelumnya, biaya yang dikeluarkan, dan keuntungan yang akan diambil. Keuntungan tersebut diharapkan sesuai dengan peran dari masing-masing lembaga tataniaga, agar harga akhir yang harus dibayarkan konsumen merupakan harga yang seharusnya dibayarkan.

Petani sebagai produsen seharusnya mendapatkan harga yang sesuai sehingga petani mendapatkan keuntungan dari produk yang dihasilkannya. Namun, fakta yang ada dilapangan petani mendapatkan harga yang terlalu rendah, padahal petani memiliki resiko yang besar selama proses produksi. Harga jual padi dari petani ini akan menentukan tingkat perekonomian dari petani tersebut, dan saat ini petani Indonesia termasuk kedalam penduduk miskin. Hal ini berarti petani belum mendapatkan hak yang sesuai atas apa yang telah dilakukan.

Selama tahun 2012, harga beras di kota Semarang cenderung konstan, yaitu pada tingkat harga Rp 8.000,00 sedangkan harga rata-rata gabah di tingkat petani yaitu pada tingkat harga Rp 4.121,32 (BPS, 2012). Hal ini menunjukkan adanya perbedaan yang cukup tinggi antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani sebagai produsen. Selisih harga ini ada karena proses tataniaga dari produsen ke konsumen, atau dapat dikatakan sebagai biaya tataniaga.

Seperti yang telah dijelaskan diatas, suatu sistem tataniaga beras merupakan hasil dari interaksi antar lembaga tataniaga. Interaksi terjadi salah

satunya karena adanya informasi. Informasi ini tidak serta merta muncul dengan sendirinya. Oleh karena itu, para lembaga tataniaga memerlukan proses pencarian informasi yang kemudian memunculkan biaya pencarian informasi. Biaya ini dapat dikatakan sebagai biaya transaksi, karena menurut Mburu (2002), biaya transaksi didefinisikan sebagai (1) biaya pencarian dan informasi; (2) biaya negosiasi (*bargaining*) dan keputusan atau mengeksekusi kontrak; dan (3) biaya pengawasan (*monitoring*), pemaksaan, dan pemenuhan/pelaksanaan (*compliance*). Biaya ini masuk dalam harga yang harus dibayarkan oleh konsumen.

Dapat dikatakan bahwa tataniaga beras merupakan proses dinamis yang terbentuk melalui interaksi sosial dan ekonomi antara produsen dan pelaku tataniaga. Sistem tataniaga beras yang efisien sangat diperlukan karena pentingnya ketersediaan beras bagi penduduk. Sistem tataniaga yang tidak efisien akan memberikan dampak buruk, antara lain sulitnya konsumen mendapatkan beras, perbedaan yang besar antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani sebagai produsen. Hal ini menjadikan alasan bahwa analisis sistem tataniaga beras perlu diteliti, bagaimana proses tataniaga terbentuk dan bagaimana pembentukan harga beras yang terdiri atas biaya dan keuntungan yang diambil setiap lembaga tataniaga yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Pemenuhan kebutuhan beras di Kota Semarang tidak dapat mengandalkan produksi sendiri, tetapi perlu mendatangkan beras dari daerah lain. Hal ini dikarenakan sempitnya lahan untuk menanam padi dan tingginya jumlah

penduduk yang berarti tingginya kebutuhan akan beras. Salah satu daerah yang menjadi pemasok beras bagi Kota Semarang adalah Kabupaten Demak. Kabupaten Demak merupakan salah satu daerah yang memiliki lahan menanam padi yang luas, produktivitas tinggi, banyak penduduk yang menjadi petani, dan total jumlah penduduk yang tidak terlalu tinggi sehingga dapat mencapai surplus beras.

Pemenuhan kebutuhan beras memerlukan proses tataniaga yang efisien. Sistem tataniaga terkait dengan ketersediaan beras dan harga yang berlaku, baik di tingkat produsen maupun konsumen. Sistem tataniaga yang efisien akan menciptakan keadaan yang adil bagi petani sebagai produsen dan penduduk pada umumnya sebagai konsumen. Saat ini, yang terjadi adalah petani menerima bagian yang kecil dan konsumen harus membayar dengan harga tinggi untuk mendapatkan beras. Keadaan demikian salah satu penyebabnya adalah proses tataniaga yang tidak efisien. Sistem tataniaga beras ini tidak semata-mata merupakan proses ekonomi, lebih daripada itu sistem tataniaga merupakan suatu hasil dari adanya interaksi sosial antara produsen dan lembaga tataniaga yang terlibat. Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pertanyaan pokok dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran tataniaga beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang?
2. Berapa margin tataniaga antar lembaga saluran tataniaga beras?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis saluran tataniaga beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang.
2. Menganalisis marjin tataniaga antar lembaga saluran tataniaga beras.

Kegunaan yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan-kebijakan pemerintah terutama yang berhubungan dengan bahan pangan beras.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pengetahuan bagi semua pihak yang tertarik dengan masalah-masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dikelompokkan dalam 5 bab dengan perincian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah mengenai kekurangan beras di Kota Semarang yang kemudian dicukupi oleh daerah lain, salah satunya Kabupaten Demak. Dengan latar belakang tersebut dilakukan perumusan masalah penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tataniaga beras, dan kerangka teoritis yang mendasari penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian

Menjabarkan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Teknik mengumpulkan dan menganalisis data, serta tentang bagaimana menguji validitas data dalam penelitian kualitatif.

Bab IV Hasil dan Analisis

Berisi gambaran umum Kabupaten Demak, menjelaskan bagaimana proses tataniaga beras dari produsen ke konsumen terbentuk, peran setiap lembaga tataniaga serta analisis margin tataniaga.

Bab V Penutup

Berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan serta saran untuk menyelesaikan masalah yang ditemui di lapangan dan untuk penelitian lain yang akan mengangkat masalah yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konstruksi Sosial

Asumsi yang mendasari teori konstruksi sosial ini adalah “realitas adalah konstruksi sosial” (Ngangi, 2011). Konstruksi sosial ini diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Berger dan Luckman menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin, 2006:189). Konstruksi sosial adalah sebuah pernyataan keyakinan (*a claim*) dan juga sebuah sudut pandang (*a viewpoint*) bahwa kandungan dari kesadaran, dan cara berhubungan dengan orang lain itu diajarkan oleh kebudayaan dan masyarakat (Ngangi, 2011). Konstruksi sosial merupakan teori yang dapat digunakan untuk menerangkan tentang dinamika sosial. Tatanan sosial merupakan produk manusia yang mempelajari hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial di mana pemikiran itu timbul, berkembang, dan dilembagakan (Widyawati, 2012).

Teori ini memulai penjelasan dengan memisahkan pemahaman kenyataan/realitas dengan pengetahuan. Kenyataan merupakan kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang dilalui sebagai keberadaan yang tidak tergantung pada kehendak sendiri. Sedangkan pengetahuan merupakan kepastian

bahwa fenomena-fenomena itu nyata dan memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik (Widyawati, 2012)

Berger dan Luckman dalam Bungin (2012: 191) mengatakan institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah dalam tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataannya semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbol yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya. Secara singkat, dapat dikatakan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia), objektivasi (interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi), dan internalisasi (proses individu mengidentifikasi diri dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya).

2.1.2 Teori Ekonomi Biaya Transaksi

Dalam dunia nyata, informasi, kompetisi, sistem kontrak dan proses jual beli dapat bersifat asimetris. Hal ini yang kemudian memunculkan adanya biaya transaksi, yang dapat didefinisikan sebagai biaya-biaya untuk melakukan proses

negosiasi, pengukuran, dan pemaksaan pertukaran. Saat ini, secara tepat belum ada definisi dari biaya transaksi, dan hal ini memunculkan adanya banyak pandangan dari para ahli tentang biaya transaksi. Selain karena sifat asimetris, biaya transaksi dapat dijelaskan muncul karena adanya transfer kepemilikan atau hak-hak kepemilikan. Mburu (2002), mendefinisikan biaya transaksi sebagai (1) biaya pencarian dan informasi; (2) biaya negosiasi (*bargaining*) dan keputusan atau mengeksekusi kontrak; dan (3) biaya pengawasan (*monitoring*), pemaksaan, dan pemenuhan/pelaksanaan (*compliance*).

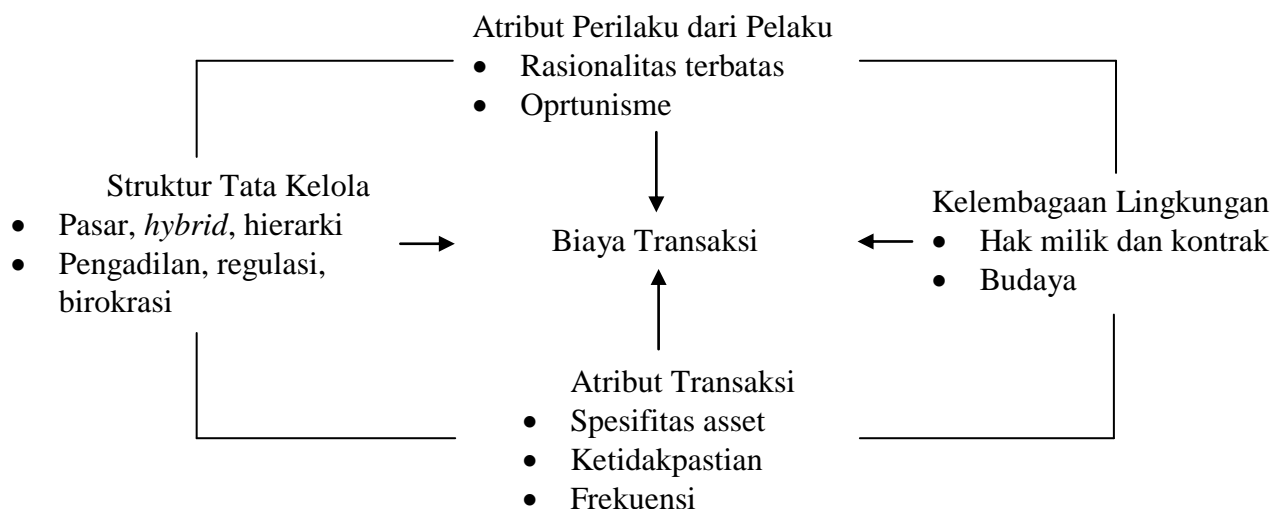
Williamson dalam Yustika (2006) menyatakan bahwa dua asumsi perilaku ketika analisis biaya transaksi beroperasi adalah rasionalitas terbatas (*bounded rationality*) dan perilaku oportunistik (*opportunistic*), yang secara umum termanifestasi dalam wujud menghindari kerugian, penyimpangan moral, penipuan, melalaikan kewajiban dan bentuk perilaku-perilaku strategis lain. Rasionalitas terbatas (*bounded rationality*) merujuk pada tingkat dan batas kemampuan individu untuk menerima, menyimpan, mencari kembali, dan memproses informasi tanpa kesalahan. Perilaku oportunistik (*opportunistic*) merupakan upaya untuk mendapat keuntungan melalui tindakan yang tidak jujur dalam transaksi.

North menyatakan bahwa dalam komunitas pedesaan di negara sedang berkembang biaya transaksi rendah. Hal ini dapat terjadi karena adanya kedekatan antar komunitas/individu yang dapat meminimalkan adanya informasi asimetris, yang merupakan dasar dari adanya biaya transaksi. Dijelaskan pula, bahwa

semakin kompleks dan impersonal perdagangan maka akan semakin tinggi biaya transaksi.

Determinan dari biaya transaksi dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 2.1
Determinan Biaya Transaksi



Sumber: Yustika, 2006

2.1.3 Tataniaga Pertanian

Tataniaga atau distribusi atau juga disebut pemasaran merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Disebut niaga karena niaga berarti dagang, sehingga tataniaga berarti segala sesuatu yang menyangkut “aturan permainan” dalam hal perdagangan barang-barang. Karena perdagangan biasanya dijalankan melalui pasar maka tataniaga disebut juga pemasaran (Mubyarto, 1986).

Khol dan Uhl (2002) mendefinisikan tataniaga sebagai suatu aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aliran barang dan jasa dari titik produksi sampai ke titik konsumen. Srigandono (1998) dalam Putra Bisuk (2009), mendefinisikan tataniaga sebagai suatu sistem yang meliputi cara, model strategi penyampaian

barang dan jasa dari sektor produsen ke sektor konsumen. Definisi lain dikemukakan Downey dan Erickson (1992), menyatakan bahwa pemasaran merupakan aliran produk secara fisis dan ekonomik, dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen. Dari definisi-definisi tersebut, secara sederhana dapat dikatakan tataniaga merupakan penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Dalam penelitian ini, berarti penyaluran beras dari petani sebagai produsen yang ada di Kabupaten Demak sampai konsumen terakhir yang ada di Kota Semarang.

Mubyarto membagi empat fungsi tataniaga yaitu pengangkutan, penyimpanan, pengolahan dan pembiayaan.

1. Fungsi pengangkutan terkait dengan upaya atau usaha agar pembeli dapat mendapatkan barang yang diinginkan sesuai dengan harga, tempat, waktu dan bentuknya.
2. Fungsi penyimpanan terkait dengan usaha agar harga tidak jatuh pada saat musim panen dan tidak tinggi pada musim paceklik.
3. Fungsi pengolahan terkait dengan usaha mengolah dan merubah produk agar bentuk dan mutunya sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Fungsi pembiayaan terkait dengan usaha agar produsen menerima uang terlebih dahulu atas produk yang dihasilkan sebelum produk tersebut sampai ke konsumen tingkat akhir. Fungsi ini dilatarbelakangi adanya perbedaan waktu antara pembelian oleh konsumen dan kebutuhan uang oleh produsen.

Kotler menyatakan bahwa fungsi saluran distribusi berkaitan dengan informasi, promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan resiko, pembayaran dan kepemilikan (Rismayani, 2007).

Kohls dan Uhl (2002) dalam Faisal Nafis (2011), fungsi tataniaga dikelompokkan menjadi 3 fungsi utama yaitu:

1. Fungsi pertukaran (fungsi pembelian dan fungsi penjualan produk).
2. Fungsi fisik (fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan, fungsi pengolahan produk, fungsi fasilitas dan fungsi standardisasi).
3. Fungsi pelancar (fungsi permodalan, fungsi penanggungungan resiko dan fungsi informasi pasar).

Proses tataniaga suatu komoditi memerlukan lembaga-lembaga tataniaga atau disebut sebagai perantara. Kotler (1985) menyatakan bahwa saluran distribusi terdiri atas seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk atau jasa dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen (Rismayani, 2007). Perantara dalam tataniaga akan memperlancar kegiatan tataniaga, dan setiap perantara melakukan tugas membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat ke pembeli akhir yang merupakan satu tingkat saluran. Perantara atau lembaga tataniaga ini dapat perorangan atau lembaga.

Sudah dapat dipastikan jika dalam proses tataniaga suatu komoditi yang melalui perantara ini memerlukan biaya tataniaga. Biaya tataniaga ini menjadi bagian tambahan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen. Biaya tataniaga akan semakin besar jika semakin kompleks atau semakin panjang suatu saluran tataniaga. Semakin besarnya biaya tataniaga mengindikasikan semakin tinggi

harga yang dibayarkan konsumen karena tambahan biaya tataniaga. Biaya tataniaga terdiri atas semua jenis pengeluaran yang dikorbankan oleh setiap lembaga tataniaga yang berperan secara langsung dan tidak langsung dalam proses perpindahan barang, dan keuntungan yang diambil oleh lembaga tataniaga atas modalnya dan jasa tenaganya dalam menjalankan aktivitas pemasaran tersebut (Putra Bisuk, 2009).

Biaya tataniaga antara satu komoditi dengan komoditi yang lain akan berbeda nilainya. Komoditi yang mudah rusak atau yang memakan tempat yang besar untuk mengangkut dan menyimpannya juga akan memakan biaya tataniaga yang relatif tinggi dibanding dengan komoditi yang tahan lama atau yang ringkas. Faktor resiko juga mempengaruhi biaya tataniaga, dimana jika resiko rusak atau penurunan mutu komoditi besar, maka biaya tataniaga juga akan cenderung bertambah besar. Faktor lain yang mempengaruhi biaya tataniaga adalah jarak, dimana jika jarak yang harus dilalui jauh maka biaya tataniaga akan cenderung tinggi. Tidak hanya itu saja, terkadang biaya yang tinggi disebabkan adanya pungutan-pungutan baik resmi ataupun tidak resmi (Mubyarto, 1986). Saluran tataniaga dari suatu komoditi perlu diketahui untuk menentukan jalur mana yang lebih efisien dari semua kemungkinan jalur-jalur yang dapat ditempuh.

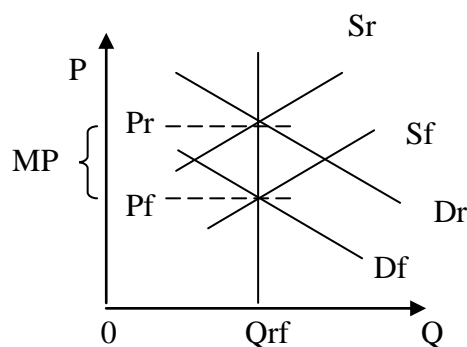
Mubyarto (1986) menyatakan bahwa sistem tataniaga dikatakan efisien jika memenuhi dua syarat berikut:

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani sebagai produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya,

2. Mampu mengadakan pembagian yang adil (dalam hal pemberian balas jasa sesuai sumbangannya masing-masing) dari pada keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut.

Efisiensi suatu saluran distribusi dapat dilihat salah satunya dengan konsep margin tataniaga (Unggul Priyadi,dkk, 2004). Margin tataniaga didefinisikan sebagai perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen atau dapat pula dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen sampai ke titik konsumen akhir. Margin tataniaga menggambarkan perbedaan harga di tingkat konsumen (P_r) dengan harga di tingkat produsen (P_f). Setiap lembaga distribusi melakukan fungsi-fungsi yang berbeda sehingga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga satu dengan yang lainnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga di tingkat konsumen. Secara grafis margin tataniaga dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 2.2
Margin Tataniaga



Sumber: Kohls dan Uhls (2002) dalam Faisal Nafis (2011)

Keterangan : Pr : harga di tingkat pengecer
 Sr : penawaran di tingkat pengecer
 Dr : permintaan di tingkat pengecer
 Pf : harga di tingkat petani
 Sf : penawaran di tingkat petani
 Df : permintaan di tingkat petani
 Qrf : jumlah keseimbangan ditingkat petani dan pengecer

Anamike Iyai (2007) menyebutkan margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa margin tataniaga (MP) merupakan selisih antara harga di tingkat produsen atau harga di tingkat petani (Pf) dan harga di tingkat konsumen yang digambarkan sama dengan harga di tingkat pengecer yang merupakan perantara terakhir (Pr). Efisiensi tataniaga akan tercipta apabila berada dalam mekanisme pasar yang bersaing sempurna dengan besarnya margin tataniaga konstan (Unggul Priyadi, dkk, 2004).

2.1.4 Struktur Tataniaga Beras di Indonesia

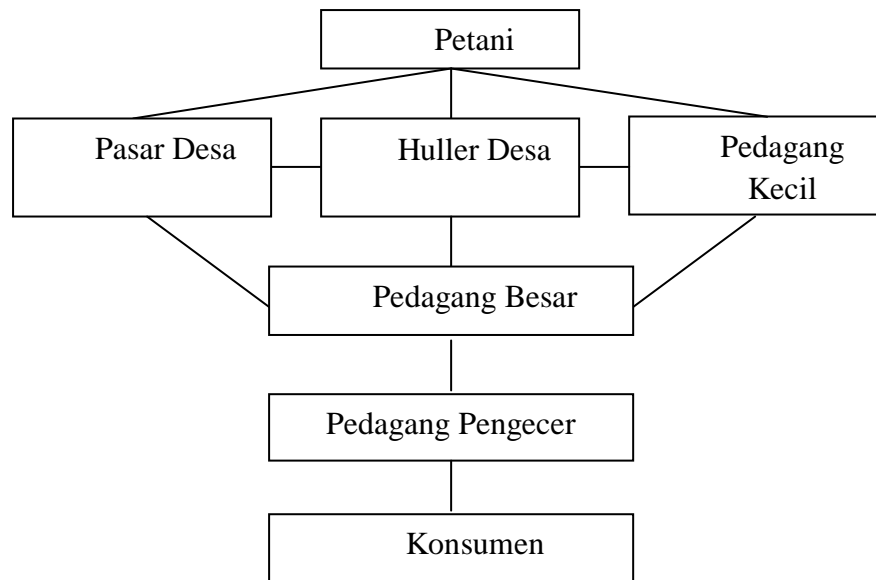
Di Indonesia, gabah merupakan salah satu komoditi penting. Mubyarto (1986) menjelaskan bahwa tataniaga gabah di Indonesia secara umum dapat dibedakan menjadi dua saluran, yang pertama melalui swasta dan yang kedua melalui pemerintah.

Saluran tataniaga swasta, petani menjual gabah kepada tengkulak atau pedagang kecil yang ada di desa atau yang khusus datang dari kota. Pedagang kecil tersebut kemudian menggilingkan gabah kepada huller-huller kecil di desa setempat atau menjualnya langsung kepada penggilingan padi besar. Bila penggilingan dilakukan sendiri oleh pedagang kecil, maka beras kemudian dijual

pada pedagang besar di kota yang kemudian menjual ke pedagang pengecer.

Struktur tataniaga melalui swasta dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.3
Struktur Tataniaga Padi di Indonesia melalui Saluran Swasta

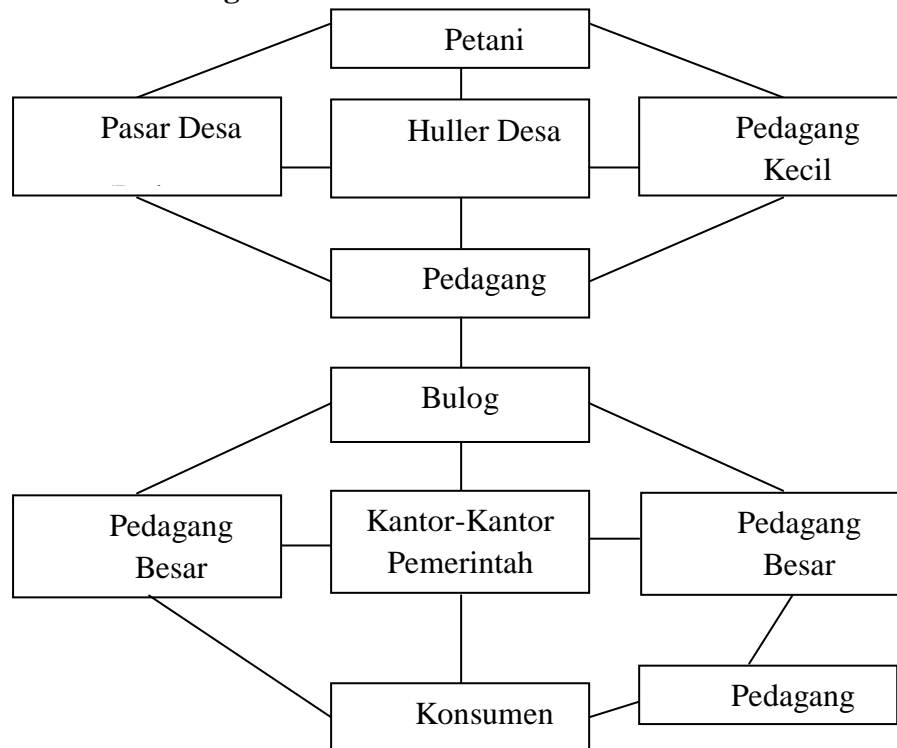


Sumber: Mubyarto, 1986

Pemerintah melalui lembaga Bulog memantau, menjaga dan menstabilkan harga dan pasokan beras di pasar. Saluran tataniaga pemerintah pada tingkat terbawah masih melalui pedagang-pedagang swasta. Bulog hanya mengadakan kontrak pembelian minimum 5 ton dengan pedagang-pedagang beras kecil atau penggilingan-penggilingan padi di ibukota kabupaten atau propinsi. Setelah beras disetor pada gudang Bulog maka beras akan disimpan sebagai stok pemerintah, yang sebagian menjadi *buffer stock* nasional baik untuk keperluan injeksi maupun untuk keperluan lain-lainnya. Dalam injeksi ini Bulog menggunakan pedagang-pedagang besar tertentu untuk menjual beras dengan harga yang telah ditentukan oleh Bulog dan pedagang-pedagang besar ini kemudian menyalurkannya pada

pedagang-pedagang kecil sebagai penyalur terakhir agar beras sampai ke konsumen.

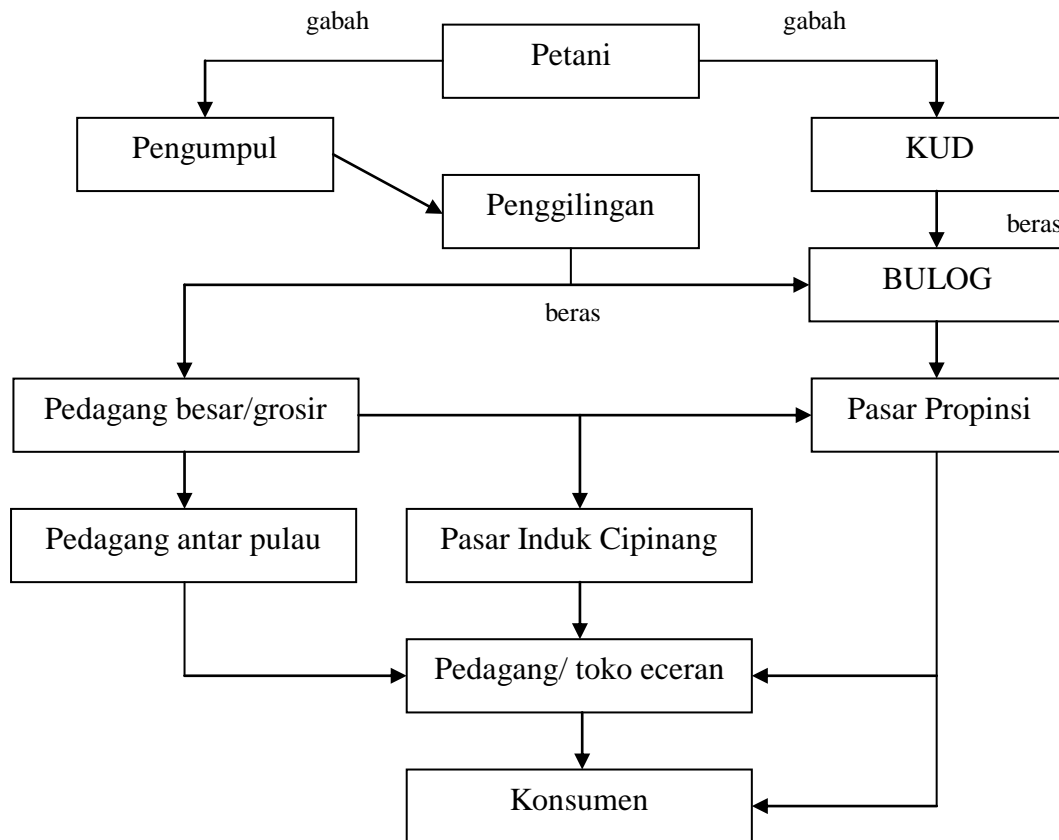
Gambar 2.4
Struktur Tataniaga Beras di Indonesia melalui Saluran Pemerintah



Sumber: Mubyarto, 1986

Penelitian lain dilakukan oleh Saliem (2004) di tujuh daerah yang dikutip oleh Tulus Tambunan (2008), menunjukkan di banyak daerah Bulog memiliki peran dalam proses tataniaga beras yang ditunjukkan dalam gambar berikut:

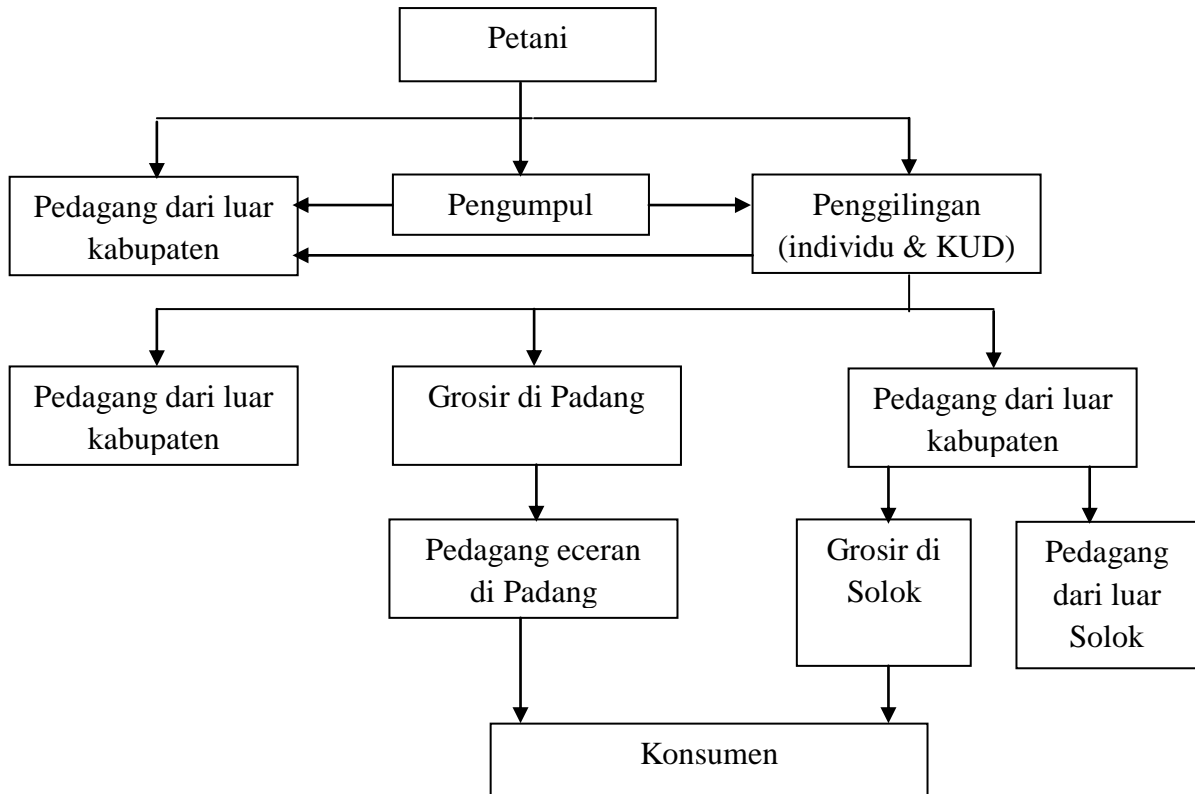
Gambar 2.5
Distribusi Beras di Indonesia (Kasus 1)



Sumber: Saliem (2004) dalam Tulus Tambunan (2008)

Penelitian lain yang juga dikutip oleh Tulus Tambunan (2008) adalah penelitian Djulin (2004). Djulin meneliti tataniaga beras di Solok dan Padang, Sumatera Barat. Pada penelitian ini disebutkan bahwa proses tataniaga beras hanya mengandalkan peran-peran para pedagang, tanpa melalui Bulog.

Gambar 2.6
Distribusi Beras di Indonesia (Kasus 2)



Sumber: Djulin (2004) dalam Tulus Tambunan 2004

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan, maka dibutuhkan penelitian terdahulu yang ada dan relevan terkait dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu dapat berfungsi sebagai acuan, pembanding dan memperkuat hasil analisis yang dilakukan. Penelitian mengenai analisis distribusi, antara lain:

1. Muhammad Sobichin. Nilai Rantai Distribusi Komoditas Gabah Dan Beras Di Kabupaten Batang.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pola distribusi gabah dan beras, dan menganalisis margin pemasaran pada setiap pelaku pemasaran. Lokasi

penelitian ditentukan secara sengaja pada tiga kecamatan sentra produksi padi di Kabupaten Batang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2012 terhadap 60 petani, 15 pedagang pengumpul, 10 penggilingan padi, 5 pedagang besar dan 10 pedagang pengecer melalui teknik snowball sampling. Data dianalisis secara deskriptif terhadap pola distribusi dan margin pemasaran gabah dan beras.

Hasil penelitian yaitu di Kabupaten Batang terdapat empat pola distribusi, yaitu pertama: petani-pedagang pengumpul-penggilingan padi-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen; kedua: petani-pedagang pengumpul-penggilingan padi-pedagang pengecer-konsumen; ketiga: petani-penggilingan padi-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen; keempat: petani-penggilingan padi-pedagang pengecer-konsumen. Margin pemasaran tertinggi terjadi di penggilingan padi sebesar 47,4 persen, kemudian pedagang pengumpul 4,9 persen, pedagang besar 4,2 persen, dan pedagang pengecer 3,3 persen dari keseluruhan nilai margin pemasaran gabah dan beras.

2. Hnin Yu Lwin, Tomoyuki Yukata, Susumu Fukuda, dan Satoshi Kai. A Case Study of Rice Marketing in Selected Areas of Myanmar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran dan margin pemasaran beras, memeriksa pola tanam dan praktek memasarkan padi, dan untuk memverifikasi kegiatan perantara pasar beras. Lokasi penelitian adalah Hlegu Township di Yangon dan Pathein Township di Ayeyarwady, yang merupakan daerah surplus beras.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Hlegu dan Pathein masing-masing terdapat 4 saluran distribusi, dan hampir semua produk dari petani untuk kolektor/pengepul dan penggilingan. Kurangnya struktur koperasi formal, kelompok pendukung petani dan berkembangnya kekuatan pasar dari penggilingan menunjukkan bahwa petani memiliki daya tawar yang rendah. Di Hlegu yang menikmati profit tertinggi adalah pedagang kecil yaitu 5826,5 kyats/ton, sementara di Pathein adalah penggiling besar yaitu 5322,1 kyats/ton. Informasi pasar informal dominan dan memainkan peran penting.

3. Anamike Iyai, Retno Lantarsih dan Ichwani Kruniasih. Analisis Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Sleman.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, dan fungsi lembaga pemasaran, integrasi harga beras organik di tingkat petani dan konsumen, margin pemasaran, keuntungan, faktor yang mempengaruhi margin pemasaran beras organik dan struktur pasarnya. Metode yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Hasil menunjukkan bahwa terdapat empat saluran distribusi, harga petani dan konsumen berhubungan kuat searah, margin distribusi saluran pendek adalah rendah dan pada saluran panjang adalah tinggi, struktur pasar beras organik adalah pasar monopsoni.

4. Hironimus A.I. Letsoin dan Ni Luh Sri Suryaningsih. Sistem Tataniaga Beras Lokal Merauke Di Distrik Semangga.

Penelitian dilakukan pada 5 (lima) kampung di Distrik Semangga yaitu kampung Muram Sari, kampung Waninggap Kai, kampung Marga Mulya,

kampung Semangga Jaya dan kampung Bahor, pada bulan April sampai dengan bulan Juni 2007 menggunakan metode deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 2 saluran distribusi, yaitu saluran distribusi swasta dan pemerintah. Distribusi yang dikelola oleh pihak swasta di Distrik Semangga sama dengan yang berlaku di Indonesia pada umumnya yaitu melalui penggilingan padi, pedagang besar/grosir dan penjualan/distribusi akhir. Saluran tataniaga yang dikelola pihak pemerintah secara umum sama, yaitu melalui penggilingan padi, pedagang besar/grosir, bulog dan penjual/distribusi akhir. Kecuali yang terjadi di kampung Marga Mulya yang melibatkan KUD dalam penggilingan gabah.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Sobichin	Nilai Rantai Distribusi Komoditas Gabah Dan Beras Di Kabupaten Batang (2012).	Analisis dilakukan secara deskriptif untuk memaparkan dan menggambarkan pola distribusi komoditas gabah dan beras.	<p>Terdapat 4 pola distribusi, yaitu pertama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. petani-pedagang pengumpul-penggilingan padi-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen; 2. petani-pedagang pengumpul-penggilingan padi-pedagang pengecer-konsumen; 3. petani-penggilingan padi-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen; 4. petani-penggilingan padi-pedagang pengecer-konsumen. <p>Margin pemasaran tertinggi pada penggilingan padi sebesar 47,4%, dan terendah pada pedagang pengecer</p>

				3,3 % dari keseluruhan nilai margin pemasaran gabah dan beras.
2.	Hnin Yu Lwin, Tomoyuki Yukata, Susumu Fukuda, dan Satoshi Kai.	A Case Study of Rice Marketing in Selected Areas of Myanmar (2006).	Analisis deskriptif.	Di Hlegu dan Pathein masing-masing terdapat 4 saluran distribusi, dan hampir semua produk dari petani untuk kolektor/pengepul dan penggilingan. Di Hlegu yang menikmati profit tertinggi adalah pedagang kecil yaitu 5826,5 kyats/ton, sementara di Pathein adalah penggiling besar yaitu 5322,1 kyats/ton.
3.	Anamike Iyai, Retno Lantarsih dan Ichwani Kruniasih.	Analisis Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Sleman (2007).	Analisis menggunakan analisis deskriptif dan juga menggunakan <i>Pearson Correlation</i> untuk mengetahui hubungan harga di tingkat produsen dan konsumen.	Terdapat empat saluran distribusi. Harga petani dan konsumen berhubungan kuat searah. Margin distribusi saluran pendek adalah rendah dan pada saluran panjang adalah tinggi. Struktur pasar beras organik adalah pasar monopsoni.
4.	Hironimus A.I.	Sistem Tataniaga Beras	Analisis deskriptif.	Terdapat dua saluran distribusi yaitu swasta dan

Letsoin dan Ni Luh Sri Suryaningsih	Lokal Merauke Di Distrik Semangga (2012).		pemerintah. Saluran distribusi swasta pasar: petani → penggilingan padi → pedagang besar/grosir → penjualan/distribusi akhir. Saluran distribusi pemerintah: petani → penggilingan padi → pedagang besar → bulog → penjual/distribusi akhir.
----------------------------------------	----------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Pendekatan Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode (jalan) penelitian yang sistematis yang digunakan untuk mengkaji atau meneliti suatu objek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi di dalamnya dan tanpa ada pengujian hipotesis, dengan metode-metode yang alamiah ketika hasil penelitian yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, namun makna (segi kualitas) dari fenomena yang diamati (Prastowo, 2012: 24). Definisi lain menyebutkan bahwa

Qualitative research is an inquiry process of understanding a social or human problem based on building a complex, holistic picture, formed with words, reporting detailed views of informants, and conducted in a natural setting.

Definisi yang dikemukakan Creswell (1998) tersebut menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah.

Dari kedua definisi tersebut menunjukkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan pada situasi natural atau sesuai dengan keadaan yang terjadi tanpa adanya campur tangan dari peneliti. Hal ini dirasa sesuai untuk penelitian ini,

dimana peneliti tidak melakukan tindakan apa pun yang akan merubah objek yang akan diteliti. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana pola tataniaga beras yang sudah ada, yang selama ini sudah berjalan. Tidak seperti penelitian kuantitatif, pada penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, tujuan dari penelitian kualitatif adalah memahami masalah-masalah sosial yang terjadi, dan pada penelitian ini tujuannya adalah untuk menganalisis saluran tataniaga beras dari Kabupaten Demak ke Kota Semarang dan margin tataniaga antar lembaga saluran tataniaga beras, baik secara sosial maupun ekonomi. Data yang dikumpulkan dan yang disajikan bukan berupa angka-angka, melainkan berupa kata, kalimat, dan gambar.

3.1.2 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan perspektif riset yang digunakan peneliti yang berisi bagaimana peneliti melihat realita (*world views*), bagaimana mempelajari fenomena, cara-cara yang digunakan dalam penelitian dan cara-cara yang digunakan dalam menginterpretasikan temuan. Sarantakos (1998) dalam Chariri (2009) berpendapat ada tiga paradigma utama dalam ilmu sosial, yaitu positivistik, interpretif, dan critical. Pemilihan paradigma memiliki implikasi terhadap pemilihan metodologi dan metode pengumpulan dan analisis data.

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma interpretif. Pendekatan interpretif menitikberatkan pada peranan bahasa, interpretasi dan pemahaman di dalam ilmu sosial. Pendekatan ini memfokuskan pada sifat subjektif dari *social world* dan berusaha memahaminya dari kerangka berpikir objek yang sedang dipelajarinya. Jadi fokusnya pada arti individu dan persepsi manusia pada realitas

independen yang berada di luar mereka. Manusia secara terus menerus menciptakan realitas sosial mereka dalam rangka berinteraksi dengan yang lain. Tujuan pendekatan interpretif tidak lain adalah menganalisis realitas sosial semacam ini dan bagaimana realitas sosial itu terbentuk (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Chariri, 2009). Pendekatan interpretif dirasa sesuai dalam penelitian ini, karena penelitian ini dilakukan untuk memahami dan menjelaskan realitas yang ada berdasarkan tindakan manusia, yaitu meneliti tataniaga beras yang terjadi karena adanya interaksi produsen, lembaga tataniaga dan konsumen. Alasan lain adalah karena dalam penelitian ini, data atau informasi diperoleh secara langsung dari para pelaku yang terlibat langsung dalam realita yang ada, yaitu para pelaku tataniaga beras.

3.1.3 Fenomenologi

Terdapat beberapa model dalam penelitian kualitatif, antara lain fenomenologi, studi kasus, etnografi, biografi dan *grounded theory*. Penelitian ini menggunakan model fenomenologi. Fenomenologi berusaha memahami arti peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang dalam situasi-situasi tertentu. Menurut Husserl, dalam setiap hal, manusia memiliki pemahaman dan penghayatan terhadap setiap fenomena yang dilaluinya dan pemahaman dan penghayatan tersebut sangat berpengaruh terhadap perilakunya (Herdiansyah, 2010: 66). Jadi dapat dikatakan fenomenologi berusaha memahami arti dari suatu peristiwa yang terjadi karena adanya interaksi dari pihak-pihak yang terlibat, dimana pihak-pihak yang terlibat tersebut memiliki pemahaman atau interpretasi

masing-masing (intersubjektif) terhadap setiap peristiwa yang akan menentukan tindakannya.

Penelitian ini berusaha memahami proses tataniaga beras yang terbentuk karena adanya proses interaksi produsen dan lembaga tataniaga yang terlibat. Dimana setiap produsen dan lembaga tataniaga sebagai informan memiliki interpretasi terhadap setiap peristiwa yang terjadi yang kemudian akan mempengaruhi tindakannya dalam proses jual beli gabah dan beras.

3.2 Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, data memiliki peranan penting. Karena dengan adanya data maka pertanyaan penelitian dapat dijawab. Oleh karena itu, cara atau teknik pengumpulan data harus dipilih yang sesuai dengan penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*).

3.2.1 Wawancara

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relative lama (Bungin, 2009: 108). *Interview* atau wawancara bertujuan untuk mencatat opini, perasaan, emosi dan hal lain berkaitan dengan individu yang ada dalam organisasi. Dengan melakukan *interview*, peneliti dapat memperoleh data yang

lebih banyak, sehingga peneliti dapat memahami budaya melalui bahasa dan ekspresi pihak yang diinterview, dan dapat melakukan klarifikasi atas hal-hal yang tidak diketahui (Chariri, 2009).

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara tidak terstruktur, dimana pertanyaan yang diajukan bersifat terbuka, tujuannya untuk memahami suatu fenomena, sangat fleksibel, dan peneliti menyusun daftar pertanyaan sebagai pedoman namun bersifat longgar. Bersifat longgar yang dimaksud adalah dalam melakukan wawancara peneliti tidak mengajukan pertanyaan sesuai urutan dari daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan, dan pada saat dilapangan pertanyaan sewaktu-waktu dapat berubah sesuai keadaan. Wawancara dilakukan secara individu, dalam waktu antara dua puluh menit sampai dua jam. Semua hasil dari wawancara dicatat secara manual.

3.2.2 Informan

Sugiyono dalam Prastowo (2012: 195) menyebutkan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi (bukan untuk generalisasi), tetapi ditransfer ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang diselidiki. Sampel dalam penelitian ini juga bukan dinamakan responden, namun sebagai narasumber, partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Narasumber atau informan adalah orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian.

Informan dalam penelitian ini adalah produsen dan lembaga-lembaga saluran tataniaga. Informan ditentukan dengan metode *snowball sampling*, dimana informan pertama adalah petani beras, dan informan selanjutnya diperoleh melalui informasi dari informan sebelumnya. Pada umumnya, dalam penelitian kualitatif, informan yang diperlukan tidak dalam jumlah banyak, tetapi sesuai dengan keperluan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 38 informan, yang terdiri dari petani, pedagang pengumpul, penggilingan gabah, pedagang besar dan pedagang kecil.

Tabel 3.1
Informan

No	Nama	Pekerjaan	No	Nama	Pekerjaan
1	Bp Sugiyono	Petani	20	Ibu Rusmati	Pedagang Pengumpul
2	Bp Sukarno	Petani	21	Bp Adi	Penggilingan Gabah
3	Bp Abdullah	Petani	22	Ibu Sukir	Penggilingan Gabah
4	Bp Purwoko	Petani	23	Bp Rahmat	Penggilingan Gabah
5	Ibu Sipah	Petani	24	Bp Mul	Penggilingan Gabah
6	Bp Mustofa	Petani	25	Ibu Ratni	Penggilingan Gabah
7	Bp Sutrisno	Petani	26	Bp Lasmidi	Penggilingan Gabah
8	Bp Suparman	Petani	27	Ibu Karmi	Penggilingan Gabah
9	Bp Muh. Abdi	Petani	28	Bp Fauzan	Penggilingan Gabah
10	Bp Nurkolif	Petani	29	Ibu Sulasih	Penggilingan Gabah
11	Bp Mochtar	Petani	30	Ibu Agung	Pedagang Besar
12	Bp Ashari Mustofa	Petani	31	Mb Reni	Pedagang Besar
13	Bp Karmito	Petani	32	Ibu Mun	Pedagang Kecil
14	Bp Sukiran	Petani	33	Ibu Siti	Pedagang Besar
15	Bp Kartono	Petani	34	Ibu Ali	Pedagang Kecil
16	Bp Mahmud	Pedagang Pengumpul	35	Ibu Slamet	Pedagang Kecil
17	Ibu Satimah	Pedagang Pengumpul	36	Ibu Jumari	Pedagang Kecil
18	Ibu Nur	Pedagang Pengumpul	37	Ibu Dama	Pedagang Kecil
19	Ibu Dayah	Pedagang Pengumpul	38	Bp Paidin`	Pedagang Kecil

Sumber: Data Primer 2013, diolah

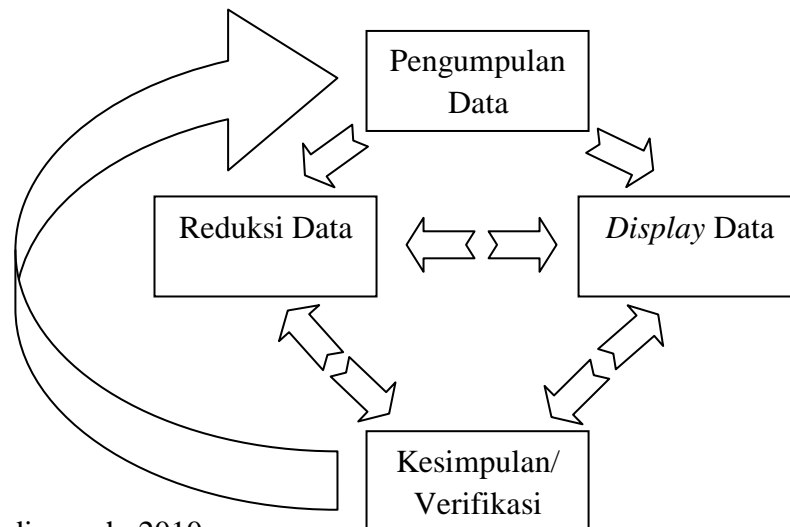
3.3 Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Demak. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling*, dimana lokasi yang dipilih adalah daerah yang merupakan salah satu penghasil beras terbesar di Indonesia atau dapat dikatakan sebagai salah satu daerah penyangga pangan nasional dan daerah ini merupakan daerah yang dekat dengan Kota Semarang. Penelitian dilakukan di beberapa kecamatan di Kabupaten Demak, yaitu Wonosalam, Karangtengah, Dempet, Guntur, Karangawen, Bonang dan Demak. Penelitian juga dilakukan di Kota Semarang, yaitu di beberapa pasar tradisional (Pasar Dargo, Pasar Bulu, Pasar Peterongan dan Pasar Surtikanti).

3.4 Analisis Data

Analisis data pada prinsipnya merupakan proses pengumpulan data agar data tersebut dapat ditafsirkan. Analisis data mencakup beberapa proses yaitu mengumpulkan data, mengidentifikasi, memilah mana data yang penting dan tidak, mengkategorisasikan data, merangkum, mencari pola, dan pembuatan keputusan/kesimpulan. Penelitian ini menggunakan salah satu teknik analisis data kualitatif yaitu model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman dalam Prastowo (2012: 242), analisis data kualitatif dilakukan dengan melalui tiga proses, yaitu reduksi data, display/penyajian data, dan menarik kesimpulan/verifikasi, yang visualisasinya dapat dilihat pada bagan berikut ini:

Gambar 3.1
Model Analisis Interkatif Miles dan Huberman



Sumber: Herdiansyah, 2010

3.4.1 Reduksi Data

Reduksi data dilakukan untuk menelaah secara keseluruhan data yang dihimpun dari lapangan, sehingga akan menghasilkan hal-hal pokok yang berkaitan dengan fokus penelitian. Inti dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Hasil dari setiap wawancara yang pada awalnya hanya berupa catatan peneliti akan diubah menjadi bentuk verbatim wawancara. Verbatim wawancara merupakan transkrip yang berisi hasil wawancara, yang disusun dengan sistematis agar memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan data. Verbatim ini berisi hasil wawancara, dan kemudian peneliti akan dapat melihat adanya tema-tema yang ada dalam setiap wawancara dengan setiap informan. Tema-tema ini kemudian dapat diringkas, dikelompokkan dalam satu tabel akumulasi tema. Pada tahap pengubahan hasil wawancara

kedalam bentuk verbatim, peneliti menelaah data yang telah diperoleh dan memilih data mana yang perlu ada dan data mana yang perlu dihilangkan.

3.4.2 Display/Penyajian Data

Tahap ini merupakan proses penyusunan data agar lebih mudah untuk dibaca dan ditarik kesimpulan. Display data adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan, serta akan memecah tema-tema tersebut kedalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang disebut dengan subtema yang diakhiri dengan memberikan kode (*coding*) dari subtema tersebut sesuai dengan verbatim wawancara yang sebelumnya telah dilakukan. Jadi, secara urutan terdapat tiga tahapan dalam display data, yaitu kategori tema, subkategori, dan proses pengodean (*coding*).

Tahap pertama, kategori tema. Tahap ini memindahkan tema-tema ke dalam matrik kategori berdasarkan tabel akumulasi tema yang telah dibuat sebelumnya. Tema-tema tersebut antara lain:

1. Penanaman
2. Panen
3. Penjualan gabah
4. Pembelian gabah
5. Pengolahan gabah
6. Penjualan beras
7. Pembelian beras

8. Kondisi usaha
9. Masalah dalam usaha

Tahap selanjutnya, kategori tema dipecah menjadi lebih kecil, lebih sederhana, lebih mudah dicerna dan bersifat lebih praktis, yaitu menjadi subkategori tema. Proses selanjutnya yaitu proses pengodean. Inti proses pengodean adalah memasukkan atau mencantumkan pernyataan-pernyataan informan sesuai dengan kategori tema dan subkategori temanya ke dalam matriks kategori serta memberikan kode tertentu pada setiap pernyataan-pernyataan informan tersebut.

3.4.3 Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Pada tahap penarikan kesimpulan/verifikasi ini terdapat tiga proses yang harus dilalui. Pertama, menguraikan subkategori tema dalam tabel kategorisasi dan pengodean disertai dengan *quote* verbatim wawancaranya. Kedua, menjelaskan hasil temuan penelitian dengan menjawab pertanyaan penelitian berdasarkan aspek/komponen/faktor/dimensi dari *central phenomenon* penelitian. Ketiga, membuat kesimpulan dari temuan tersebut dengan memberikan penjelasan dari jawaban pertanyaan penelitian yang diajukan.

3.5 Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Kualitatif

Validitas dan reliabilitas seringkali dijadikan patokan untuk mengukur kualitas dari suatu penelitian. Validitas atau kesesuaian dan reliabilitas atau keajegan/ketetapan merupakan bahasa dalam penelitian kuantitatif. Sementara dalam penelitian kualitatif lebih dikenal dengan istilah autentifikasi, kredibilitas, transferabilitas, auditabilitas dan konfirmabilitas, yang tujuan utamanya adalah

untuk meningkatkan dan mengoptimalkan *rigor*. Lincoln dan Guba (1985) dalam Herdiansyah (2010: 195) menyebutkan *rigor* adalah tingkat derajat dimana hasil temuan dalam penelitian kualitatif bersifat autentik dan memiliki interpretasi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Lincoln dan Guba selanjutnya menyebutkan bahwa setidaknya terdapat tiga hal yang mempengaruhi *rigor* penelitian, yaitu: 1. kereaktifan (*reactivity*), 2. bias yang bersumber dari peneliti (*researcher bias*), dan 3. Bias yang bersumber dari responden/subjek penelitian (*respondent bias*). Untuk meningkatkan *rigor* penelitian salah satu caranya adalah dengan triangulasi. Moleong dalam Prastowo (2012: 269) menyatakan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.

Denzin menyebutkan terdapat lima macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, teknik, waktu, penyidik dan teori. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan memeriksa data yang didapat melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh berasal dari banyak sumber/informan, dalam setiap tingkat lembaga tataniaga terdapat beberapa informan. Data dari informan yang berbeda ini kemudian akan dianalisis, mana pandangan yang sama dan yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber data yang ada. Triangulasi teori dilakukan dengan menggunakan beberapa teori, dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dibandingkan dengan data yang diperoleh pada penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan pada Bab II.