

ANALISIS KETERPADUAN PASAR BERAS DI KABUPATEN MANOKWARI

Analysis of Rice Marketing Integration in Manokwari Regency

Agatha Wahyu Widati, Dwidjono Hadi Darwanto, Masyhuri

Pascasarjana Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

This research was aimed to investigate 1) rice marketing channel in Manokwari Regency; 2) marketing margin in Manokwari regency; and 3) market integration of rice in Manokwari regency. Primary and secondary data were collected in this research. Primary data were applied in analysis of rice marketing channel, and marketing margin, while secondary data of rice price for the period of 2004 – 2010 were applied in analysis of market integration. Augmented Dickey Fuller (ADF), and regression method were implemented in analysis of this research. Result of the analysis show that there are nine rice marketing patterns or local rice marketing channels in Manokwari regency. The longest channel was involved three institutions such as village level rice miller/huller, regency wholesaler and retailer which have the largest marketing margin too. Most farmer utilize the sixth rice marketing pattern on marketing channel, involving two intermediate middleman such as rice miller/huller and regency retailer. The channel has low marketing margin which motivated farmer for producing rice due to largest share of price accepted by farmers. Analysis of rice market integration at Manokwari regency show that rice price at wholesale level is integrated with that at retail level.

Keywords: marketing margin, market integration

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). Jalur pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari; 2). Marjin pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari; dan 3). Tingkat keterpaduan pasar beras di Kabupaten Manokwari; Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer untuk mengetahui saluran, dan margin pemasaran sedangkan data sekunder untuk mengetahui keterpaduan pasar dengan menggunakan data harga beras tahun 2004 – 2010. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Augmented Dickey Fuller (ADF), dan analisis regresi. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat sembilan pola pemasaran atau saluran pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari. Saluran terpanjang melibatkan sebanyak tiga lembaga perantara yaitu penggilingan, pedagang penampung kabupaten dan pengecer kabupaten. Saluran yang panjang ini mempunyai margin pemasaran yang terbesar pula. Petani paling banyak menggunakan pola pemasaran beras pada saluran pemasaran yang keenam, yang melibatkan dua pedagang perantara yaitu penggilingan dan pedagang pengecer kabupaten. Persentase margin dari seluruh saluran tergolong rendah, hal ini akan mendorong petani untuk lebih memproduksi beras karena harga yang diterima oleh petani menguntungkan, ini dapat dilihat dari *share* harga yang diterima oleh petani yang relatif tinggi. Analisis keterpaduan pasar beras produksi Kabupaten Manokwari menunjukkan bahwa terdapat integrasi secara vertikal antara harga beras di tingkat eceran dan harga beras di tingkat grosir.

Kata kunci : margin pemasaran, keterpaduan pasar

PENDAHULUAN

Pada awalnya makanan pokok masyarakat di Papua antara lain sagu, ubi, dan keladi, tetapi saat ini telah terjadi perubahan pola konsumsi makanan pokok dimana sebagian besar masyarakat Papua telah beralih mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok. Konsumsi beras di Papua Barat dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Prediksi konsumsi beras per tahun masyarakat Papua Barat mencapai 80 kg per kapita lebih tinggi dibandingkan dengan konsumsi sagu, ubi dan keladi. Secara rinci tingkat konsumsi dan kebutuhan

beras, sagu, ubi dan keladi dapat dilihat pada tabel 1.

Bertambahnya jumlah penduduk akan mendorong peningkatan pada konsumsi beras dari tahun ke tahun. Berdasarkan prediksi tingkat konsumsi beras masyarakat Papua pada Tabel 1 dapat dihitung tingkat konsumsi beras untuk masyarakat Kabupaten Manokwari. Jika pada tahun 2009 jumlah penduduk Kabupaten Manokwari sebesar 176.849 jiwa maka pada tahun tersebut tingkat konsumsi beras masyarakat Kabupaten Manokwari diperkirakan sebesar 14.147.920 kg atau 14.147,92 ton.

Tabel 1. Tingkat Konsumsi, Kebutuhan dan Produksi Pangan Lokal Papua Barat

No	Jenis Pangan	Konsumsi (Kg/Kapita/Tahun)	Kebutuhan (Ton/Tahun)	Produksi Lokal (Ton)
1	Beras	80	56.176	27.518
2	Sagu	14	9.831	na
3	Ubi Jalar	17	11.937	21.405
4	Keladi	2	1.404	Na

na : Data tidak tersedia

Sumber : Supriadi, 2008 (perhitungan data SUSENAS, 2002)

Tingkat konsumsi tersebut jika dibandingkan dengan jumlah produksi beras Kabupaten Manokwari pada tahun 2009 yang sebesar 9.790,89 ton maka terlihat bahwa rata-rata kebutuhan konsumsi masyarakat jauh lebih besar dari rata-rata jumlah produksi beras Kabupaten Manokwari atau produksi daerah hanya mampu memenuhi kebutuhan beras hanya sebesar 69,2%. Hal ini akan mendorong dilakukannya pemenuhan kebutuhan beras dari luar wilayah Kabupaten Manokwari. Walaupun terlihat bahwa persentase pemenuhan kebutuhan beras dari produksi daerah mempunyai persentase yang lebih besar dari pemenuhan dari luar, namun perlu diwaspadai kemungkinan terjadi kondisi yang sebaliknya, dimana persentase pemenuhan kebutuhan beras dari luar lebih besar dari pemenuhan produksi daerah, mengingat tingkat konsumsi beras yang meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk ditambah lagi dengan meningkatnya laju konversi lahan sawah untuk kegunaan lain.

Apabila kebutuhan beras Kabupaten Manokwari lebih banyak dipenuhi dari luar dengan persentase yang semakin meningkat dari tahun ke tahun maka akan berdampak pada ketahanan pangan khususnya beras. Ketahanan pangan daerah baik jika pemenuhan kebutuhan pangannya lebih banyak dipenuhi dari produksi daerah, lebih baik lagi jika keseluruhannya dipenuhi dari produksi daerah dan tidak ada pemenuhan dari luar daerah.

Adanya pemenuhan beras dari luar daerah selain berpengaruh terhadap ketahanan pangan juga berpengaruh terhadap proses pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari. Sistem distribusi beras dari luar akan mempengaruhi sistem distribusi beras produksi Kabupaten Manokwari begitu pula dengan harga jualnya. Fluktuasi harga beras dari luar selain akan mempengaruhi fluktuasi harga beras produksi Kabupaten Manokwari di tingkat konsumen juga akan mempengaruhi harga beras di tingkat produsen atau petani. Fluktuasi harga di tingkat konsumen dan produsen ini selanjutnya akan mempengaruhi produksi beras Kabupaten Manokwari. Seperti yang diketahui bahwa tingkat harga merupakan salah satu faktor yang merangsang produsen untuk melakukan dan atau tidak melakukan

kegiatan produksi beras. Harga beras yang rendah berdampak pada enggannya petani untuk berproduksi dalam kapasitas yang besar. Sebaliknya jika harga beras tinggi akan merangsang petani untuk memproduksi beras lebih banyak. Jadi ada dan tidaknya pemenuhan kebutuhan beras dari luar daerah akan berpengaruh terhadap ketahanan pangan, sistem pemasaran beras dan harga beras yang juga berkaitan dengan produksi beras oleh petani di Kabupaten Manokwari.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui 1) jalur pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari; 2) margin pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari; dan 3) tingkat keterpaduan pasar beras di Kabupaten Manokwari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pemerintah guna penentuan kebijakan dan dalam usahapengembangan usahatani serta pemasaran beras di Kabupaten Manokwari.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Data yang diperlukan untuk mengidentifikasi saluran dan menentukan besarnya margin pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari diambil dengan pendekatan *Snow Ball Sampling*. Pada pendekatan ini petani sebagai titik awal (*starting point*).

Penelitian yang dilakukan meliputi saluran dan margin pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari serta keterpaduan pasar beras produksi Kabupaten Manokwari yang terjadi antara para pelaku pemasaran beras. Komoditi beras yang menjadi obyek penelitian adalah beras produksi Kabupaten Manokwari yang berasal dari Distrik Prafi, Masni dan Distrik Oransbari dan beras yang berasal dari luar Kabupaten Manokwari.

Penelitian dilakukan di Kabupaten Manokwari, dengan pertimbangan merupakan kabupaten yang menghasilkan beras terbanyak di Propinsi Papua Barat. Kemudian untuk melihat jalur dan margin pemasaran beras diambil dari distrik-distrik di Kabupaten ini yang merupakan penghasil beras terbanyak yaitu Distrik Prafi, Masni dan Distrik Oransbari.

Petani yang diambil sebagai sampel dipilih secara acak. Jumlah sampel ditentukan secara sengaja yakni sebanyak 30 orang untuk setiap distrik, sehingga total sampel petani sebanyak 90 orang. Sedangkan lembaga perantara yang dijadikan sampel sesuai dengan jalur pemasaran yang digunakan oleh petani (*snow ball sampling*).

Metode Analisis Data

1. Margin pemasaran

Margin pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M = Hc - Hp \tag{1}$$

Keterangan :

M : Margin Pemasaran;

Hc: Rata-rata harga beras produksi Kabupaten Manokwari di tingkat konsumen;

Hp: Rata-rata harga beras produksi Kabupaten Manokwari di tingkat petani.

Hipotesis yang digunakan adalah :

H₀ : margin pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari tinggi (≥ 50%)

H₁ : margin pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari tidak tinggi (< 50%)

Jika dari hasil analisis data diperoleh M < 50% maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Sebaliknya jika M ≥ 50% maka H₀ diterima dan H₁ ditolak

2. Keterpaduan pasar beras

Analisis keterpaduan atau integrasi dalam penelitian ini adalah analisis integrasi vertikal pasar beras, yang dianalisis dalam dua tahap, yaitu tahap pertama adalah uji akar unit untuk mengetahui stasioneritas dari rangkaian variabel dan tahap kedua analisis regresi antara harga di tingkat grosir dan eceran.

Tahap pertama, uji akar unit untuk mengetahui stasioneritas dari rangkaian variabel dengan menggunakan test *Dickey-Fuller* (DF) dan *Augmented Dickey-Fuller* (ADF) dengan persamaan sebagai berikut.

Test Dickey- Fuller (DF) :

$$\Delta P_t = \alpha + \beta P_{t-1} + \varepsilon_t \tag{2}$$

Test Augmented Dickey-Fuller (ADF):

$$\Delta P_t = \alpha + \beta P_{t-1} + \gamma_2 \Delta P_{t-2} + \varepsilon_t \tag{3}$$

Keterangan :

$\Delta P_t = P_t - P_{t-1}$

P_t = harga beras baik beras produksi Kabupaten Manokwari maupun beras dolog dan superslip pada waktu ke-t

P_{t-1}, P_{t-2} = harga beras baik beras produksi Kabupaten Manokwari maupun beras dolog dan superslip pada waktu ket-1 dan t-2

α, β, γ = parameter yang akan diestimasi

ε = variabel kesalahan pengganggu (*error term*)

Hipotesisnya adalah:

H₀: $\beta = 0$, rangkaian data harga (P_t) adalah non stasioner;

H₁: $\beta \neq 0$, rangkaian data harga (P_t) adalah stasioner.

Kemudian untuk menguji rangkaian data harga persamaan (3) stasioner atau tidak, digunakan uji t. Kriteria pengujian: Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H₀ diterima; Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak

Tahap kedua, yaitu analisis regresi. Analisis dilakukan untuk mengetahui apakah harga beras di tingkat grosir berhubungan dengan harga beras di tingkat eceran. Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$RP_t = \beta_0 + \beta_1 GP_t + e_t \tag{4}$$

Keterangan:

RP = harga beras bulanan produksi Kabupaten Manokwari di tingkat konsumen;

GP = harga beras bulanan produksi Kabupaten Manokwari di tingkat grosir;

e_t = residual

Hipotesis :

H₀ : $\beta_1 = 0$, tidak ada keterpaduan pasar beras di tingkat grosir dan eceran;

H_a : $\beta_1 \neq 0$, ada keterpaduan pasar beras di tingkat grosir dan eceran. Kemudian untuk menguji apakah harga di tingkat grosir dan eceran saling berhubungan atau berintegrasi, digunakan uji t. Kriteria pengujian: Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H₀ ditolak; Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Beras

Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani padi di Kabupaten Manokwari memasarkan hasil produksinya dalam bentuk beras. Beras tersebut dipasarkan ke berbagai macam pelaku pasar, antara lain ke konsumen, pedagang pengumpul, penggilingan dan ke pengecer, baik yang ada di daerah sentra produksi maupun yang ada di ibu kota kabupaten. Distribusi petani berdasarkan tempat pemasaran beras atau pola pemasaran beras terlihat pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Petani Berdasarkan Pola Pemasaran Beras di Kabupaten Manokwari

No	Menjual Kepada	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Konsumen	4	4,44
2.	Pengumpul/ Penggilingan	60	66,67
3.	Pengecer Distrik	19	21,11
4.	Pengecer Kabupaten	7	7,78
Jumlah		90	100,00

Sumber : Analisis Data Primer, 2011

Saluran pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari terdiri atas 9 saluran pemasaran, yaitu :

- Saluran 1 : petani --- konsumen (4,44%)
- Saluran 2 : petani --- pengecer distrik --- konsumen (14,44%)
- Saluran 3 : petani --- pengecer kabupaten --- konsumen (4,44%)
- Saluran 4 : petani --- penggilingan --- konsumen (2,22%)
- Saluran 5 : petani --- penggilingan --- pedagang distrik --- konsumen (16,67%)
- Saluran 6 : petani --- penggilingan --- pengecer kabupaten --- konsumen (28,89%)
- Saluran 7 : petani --- pedagang distrik --- pengecer kabupaten --- konsumen (6,67%)
- Saluran 8 : petani --- penggilingan --- pedagang kabupaten --- pengecer kabupaten --- konsumen (18,89%)
- Saluran 9 : Petani -- pedagang kabupaten -- pengecer kabupaten -- konsumen (3,33%)

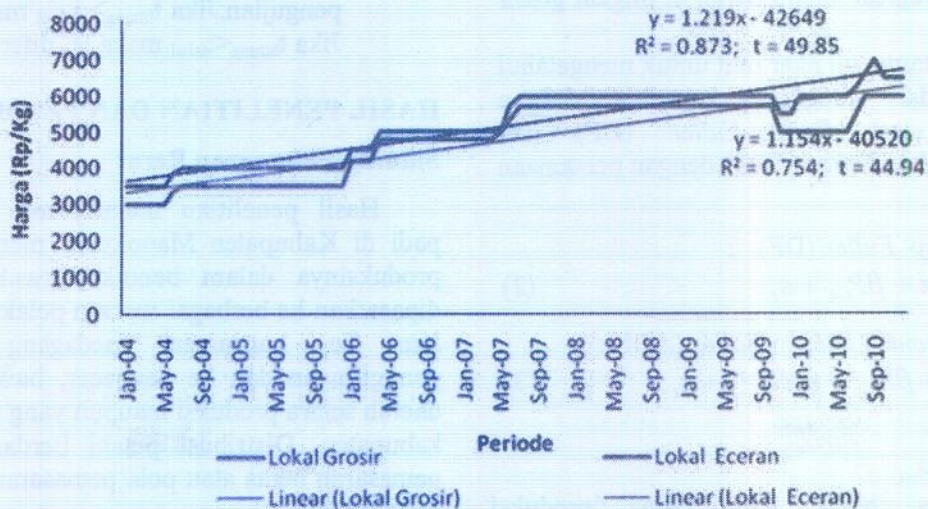
Seluruh penggilingan yang terlibat pada saluran 4, 5, 6, dan 8 bertindak sekaligus sebagai pedagang pengumpul. Walaupun keuntungan yang diperoleh dari penjualan beras mereka relatif kecil, mereka mendapat keuntungan lain dari bawon hasil penggilingan beras petani kepada mereka. Ada sekitar 25% dari penggiling yang juga bertindak

sebagai pengecer ditingkat distrik, karena mempunyai usaha kios sembako dan kelontong.

Pedagang distrik pada saluran 2 dan 5, lebih berperan sebagai pengecer yang melayani langsung konsumen beras di tingkat distrik. Sedangkan pada saluran 7 selain berperan sebagai pengecer juga berperan sebagai pengumpul di tingkat distrik dan sebagai pemasok beras ke pedagang di tingkat kabupaten. Pedagang kabupaten pada saluran 8 dan 9 selain bertindak sebagai pengecer juga bertindak sebagai pengumpul/penampung ditingkat kabupaten.

Perilaku Harga Beras

Perilaku harga beras produksi Kabupaten Manokwari digambarkan dengan menggunakan data sekunder harga bulanan dari tahun 2004 sampai 2010 pada tingkat grosir dan eceran di Kabupaten Manokwari. Perilaku harga beras bulanan menunjukkan pola atau pergerakan yang sama antara harga di tingkat eceran dan gosir. Apabila harga grosir tinggi, harga beras di tingkat eceran juga tinggi. Perbedaan antara harga grosir dan harga eceran tidak besar. Grafik pergerakan harga beras produksi Kabupaten Manokwari menunjukkan pergerakan harga yang cenderung meningkat. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.



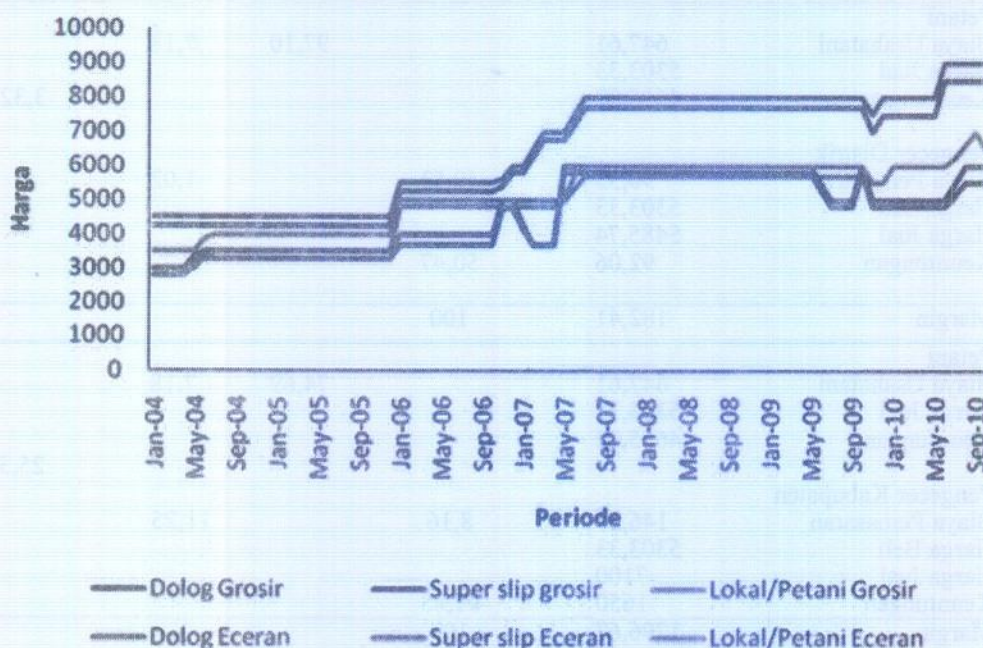
Gambar 1. Perkembangan Harga Beras Bulanan Produksi Kabupaten Manokwari pada Tingkat Eceran dan Grosir (Rp/Kg)

Pada gambar 1 menunjukkan bahwa perkembangan harga beras produksi Kabupaten Manokwari ditingkat eceran dan grosir relatif berfluktuasi dengan *trend* yang cenderung meningkat. Koefisien *trend* yang bernilai positif menunjukkan persentase peningkatan harga beras. Persentase peningkatan harga sebesar 1,2% untuk harga ditingkat eceran berarti bahwa dengan bertambahnya waktu sebesar 1 satuan akan meningkatkan harga beras di tingkat eceran sebesar 1,2%, dan persentase peningkatan harga ditingkat grosir sebesar 1,13% berarti bahwa dengan bertambahnya waktu sebesar 1 satuan akan meningkatkan harga beras di tingkat grosir sebesar 1,13%. Nilai R^2 pada persamaan *trend* menunjukkan nilai yang relatif tinggi yaitu 86,5% untuk harga di tingkat eceran dan 73,8% ditingkat grosir. Hal ini berarti bahwa perubahan harga dipengaruhi oleh waktu.

Harga beras produksi Kabupaten Manokwari baik grosir maupun eceran relatif tetap pada periode Juni 2004 hingga Januari 2006, Maret 2006 hingga Mei 2007, kemudian Oktober 2007 hingga Oktober 2009. Harga beras eceran lebih berfluktuasi pada periode November 2009 hingga desember 2010 dibandingkan dengan harga beras grosir. Peningkatan harga beras terjadi pada bulan-bulan Juni 2004, Januari 2006, Juni 2007, Januari 2010 untuk tingkat eceran dan bulan Juni 2004, Januari 2006, April 2007 – Juni 2007, untuk harga beras ditingkat grosir. Jumlah beras yang berkurang, akibat proses produksi yang sedang

berlangsung terjadi pada bulan-bulan tersebut sementara permintaan terhadap beras tetap menyebabkan harga beras meningkat. Penurunan harga beras terjadi pada bulan November 2009 dan Oktober 2010 untuk harga beras di tingkat eceran dan untuk tingkat grosir hanya terjadi pada bulan November 2009. Penurunan harga beras terjadi karena pada bulan tersebut karena terjadi peningkatan jumlah produksi karena masa panen.

Perbandingan perilaku harga beras untuk beras dolog, beras superslip dan beras produksi Kabupaten Manokwari pada periode tahun 2004 hingga tahun 2010 dapat dilihat pada gambar 2. Gambar 2 memperlihatkan bahwa perilaku harga beras produksi Kabupaten Manokwari, harga beras dolog dan harga beras superslip antara tingkat grosir dan eceran menunjukkan pola perilaku yang sama. Jika harga di tingkat grosir naik akan diikuti kenaikan harga di tingkat eceran. Perbedaan antara harga di tingkat grosir dan eceran untuk ketiga jenis beras tidak jauh berbeda. Untuk beras superslip dan beras dolog perbedaan harga antara harga di tingkat grosir dan eceran berkisar antara Rp.200,-/kg hingga Rp. 500,-/kg dengan rata-rata perbedaan harga sebesar Rp. 312,5,-/kg. Sedangkan untuk beras produksi Kabupaten Manokwari perbedaan antara harga di tingkat grosir dan eceran berkisar antara Rp. 200,-/kg hingga Rp. 1.000,-/kg, dengan rata-rata perbedaan harga sebesar Rp. 450,-/kg lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata perbedaan harga beras superslip dan beras dolog.



Gambar 2. Perilaku Harga Beras Produksi Kabupaten Manokwari, Harga beras Dolog dan Harga Beras Superslip di Tingkat Eceran dan Grosir Tahun 2004 – 2010

Perbedaan harga terbesar untuk produksi beras Kabupaten Manokwari yaitu Rp.1.000/kg terjadi pada periode bulan Februari 2010 hingga Mei 2010 dan bulan Agustus serta September 2010. Beras dolog mengalami perbedaan harga terbesar (Rp. 500/kg) yang terjadi pada periode bulan Agustus hingga Desember 2010. Beras superslip mengalami perbedaan harga terbesar (Rp. 500/kg) dengan waktu yang relatif lebih panjang, terjadi pada periode bulan November 2009 hingga bulan Desember 2010. Jika dilihat, perbedaan harga yang besar antara harga di tingkat grosir dan di tingkat eceran untuk semua jenis beras terjadi pada periode tahun 2010.

Margin Pemasaran Beras

Harga beras produksi Kabupaten Manokwari di tingkat petani di Distrik Oransbari, Prafi dan Masni berkisar antara Rp. 4.000,- (harga terendah) hingga Rp. 6.000,- (harga tertinggi), dengan harga beras rata-rata sebesar Rp. 5.308,88,-. Harga jual beras di tingkat petani yang relatif tinggi dialami

oleh petani-petani pada distrik yang sedang melakukan proses penanaman yang sebagian besar berada di Distrik Prafi dan Masni, sehingga jumlah beras yang tersedia di pasar terbatas. Sedangkan harga beras yang relatif rendah dialami oleh petani-petani yang baru melewati masa panen, yang sebagian besar berada di Distrik Oransbari. Disamping itu kualitas beras pada Distrik Prafi dan Masni sedikit lebih baik dibandingkan Distrik Oransbari pada musim panen terakhir ini.

Variasi harga beras di tingkat konsumen selain tergantung pada musim tanam juga tergantung oleh letak daerah konsumen. Konsumen yang berada di daerah distrik relatif memperoleh harga lebih murah dibandingkan dengan konsumen di pasar kabupaten. Harga beras di tingkat konsumen terendah sebesar Rp. 5.500,- dan tertinggi sebesar Rp. 8.000,-, dengan harga rata-rata sebesar Rp. 6.734,44,-.

Hasil analisis margin, distribusi margin, share harga yang diterima petani serta ratio keuntungan dan biaya dalam pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Margin pemasaran, distribusi margin, share harga yang diterima petani serta ratio keuntungan dan biaya dalam pemasaran beras produksi kabupaten manokwari.

Saluran	Lembaga Pemasaran	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Share Harga (%)	Ratio (K/B)	Persentase Margin (M/Harga Jual)
1	Petani					
	Biaya Usahatani	647,61			7,18	0
	Harga Jual	5303,33				
	Keuntungan	4655,72				
	Margin	0				
2	Petani					
	Biaya Usahatani	647,61		97,10	7,18	
	Harga Jual	5303,33				
	Keuntungan	4655,72				3,32
	Pengecer Distrik					
	Biaya Pemasaran	90,35	49,53		1,02	
	Harga Beli	5303,33				
	Harga Jual	5485,74				
	Keuntungan	92,06	50,47			
	Margin	182,41	100			
3	Petani					
	Biaya Usahatani	647,61		74,69	7,18	
	Harga Jual	5303,33				
	Keuntungan	4655,72				
	Pengecer Kabupaten					
	Biaya Pemasaran	146,67	8,16		11,25	
	Harga Beli	5303,33				
	Harga Jual	7100				
	Keuntungan	1650	91,83			25,30
	Margin	1796,67	100			
4	Petani					
	Biaya Usahatani	647,61		93,59	7,18	
	Harga Jual	5303,33				
	Keuntungan	4655,72				6,41

	Penggilingan/Pengumpul	113,89	31,34		
	Biaya Pemasaran	5303,33		2,19	
	Harga Beli	5666,67			
	Harga Jual	249,45	68,65		
	Keuntungan				
	Margin	363,34	100		
5	Petani				
	Biaya Usahatani	647,61		95,73	7,18
	Harga Jual	5303,33			
	Keuntungan	4655,72			
	Penggilingan/Pengumpul	123,00	44,23		
	Biaya Pemasaran	5303,33		0,22	4,98
	Harga Beli	5453,33			
	Harga Jual	27,00	9,71		
	Keuntungan				
	Pengecer Distrik	53,01	19,06		
	Biaya Pemasaran	5453,33		1,42	
	Harga Beli	5581,44			
	Harga Jual	75,10	27,00		
	Keuntungan				
	Margin	278,11	100		
6	Petani				
	Biaya Usahatani	647,61		72,01	7,18
	Harga Jual	5303,33			
	Keuntungan	4655,72			
	Penggilingan/Pengumpul	136,67	6,63		
	Biaya Pemasaran	5303,33		5,82	
	Harga Beli	6234,78			27,99
	Harga Jual	794,78	38,55		
	Keuntungan				
	Pengecer Kabupaten	117,33	5,69		
	Biaya Pemasaran	6234,78		8,64	
	Harga Beli	7365,21			
	Harga Jual	1013,10	49,13		
	Keuntungan				
	Margin	2061,88	100		
7	Petani				
	Biaya Usahatani	647,61		74,43	7,18
	Harga Jual	5303,33			
	Keuntungan	4655,72			
	Pedagang Distrik				
	Biaya Pemasaran	83,89	4,61		8,79
	Harga Beli	5303,33			
	Harga Jual	6125,00			
	Keuntungan	737,78	40,50		25,56
	Pengecer Kabupaten				
	Biaya Pemasaran	72,5	3,98		
	Harga Beli	6125,00			12,79
	Harga Jual	7125,00			
	Keuntungan	927,50	50,91		
	Margin	1821,67	100		
8	Petani				
	Biaya Usahatani	647,61		68,43	7,18
	Harga Jual	5303,33			
	Keuntungan	4655,72			
	Penggilingan/Pengumpul				
	Biaya Pemasaran	107,71	4,40		
	Harga Beli	5303,33			5,08
	Harga Jual	5957,89			

	Keuntungan	546,85	22,35		
	Penampung Kabupaten				
	Biaya Pemasaran	92,78	3,79		31,57
	Harga Beli	5957,89			
	Harga Jual	6750,00		7,54	
	Keuntungan	700,22	28,62		
	Pengecer Kabupaten				
	Biaya Pemasaran	88,26	3,61		
	Harga Beli	6750,00			
	Harga Jual	7750,00			
	Keuntungan	911,74	37,26	10,33	
	Margin	2446,67	100		
9	Petani				
	Biaya Usahatani	647,61		70,96	7,18
	Harga Jual	5303,33			
	Keuntungan	4655,72			
	Penampung Kabupaten				
	Biaya Pemasaran	133,75	6,16		
	Harga Beli	5303,33		8,58	
	Harga Jual	6584,21			29,04
	Keuntungan	1147,13	52,85		
	Pengecer Kabupaten				
	Biaya Pemasaran	96,67	4,45		
	Harga Beli	6584,21		8,20	
	Harga Jual	7473,68			
	Keuntungan	792,80	36,53		
	Margin	2170,35	100		

Sumber : Analisis Data Primer, 2011

Tabel 3 menunjukkan bahwa saluran pemasaran beras terpanjang dan mempunyai margin terbesar adalah saluran pemasaran 8, karena banyak lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran tersebut, yaitu penggilingan, penampung kabupaten dan pedagang pengecer kabupaten. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat maka akan semakin besar margin pemasaran yang terbentuk. Margin terendah terdapat pada saluran 2, karena pada saluran ini pedagang pengecer di tingkat distrik membeli beras langsung kepada petani, dan menjual beras hanya di tingkat distrik. Mengingat jarak antara petani dan konsumen distrik relatif dekat maka pengecer di tingkat distrik ini tidak dapat menjual berasnya dengan harga yang relatif mahal.

Keuntungan terbesar diperoleh oleh pedagang pengecer kabupaten yang terdapat pada saluran pemasaran 3, hal ini disebabkan karena pedagang pengecer kabupaten membeli beras langsung dari petani. Kemudian harga jual di tingkat kabupaten yang relatif tinggi menyebabkan keuntungan yang diperoleh relatif besar yaitu Rp. 1650,-/kg. Sedangkan keuntungan terkecil diperoleh oleh penggilingan pada saluran 5, hal ini disebabkan karena penggiling menjual berasnya pada pengecer di tingkat distrik, dimana harga jual beras tidak tinggi, disamping itu biaya yang ditanggung relatif besar karena penggiling biasanya yang menanggung biaya pengemasan (dalam bentuk karung 25 kg) dan biaya transport.

Pada tabel terlihat bahwa *share* harga yang diterima oleh petani relatif tinggi, sebesar 68,43% hingga 97,10%. Hal ini terjadi karena perbedaan harga antara petani dan harga yang diterima konsumen tidak besar, paling tinggi selisih harga petani dan konsumen sebesar Rp. 2.446,67,-/kg. Tingginya *share* harga yang diterima petani akan mendorong petani untuk meningkatkan produksinya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga petani. *Share* harga yang diterima petani paling besar terdapat pada saluran 2, hal ini disebabkan oleh karena hanya pedagang distrik yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut, dengan margin yang tidak besar sehingga selisih harga antara petani dan pedagang distrik tidak besar, menyebabkan *share* harga petani tinggi.

Rasio keuntungan dan biaya yang paling tinggi diperoleh oleh pedagang pengecer di tingkat kabupaten pada saluran 7, diikuti oleh pengecer di tingkat kabupaten pada saluran 3. Sedangkan rasio keuntungan dan biaya terendah diperoleh oleh penggilingan pada saluran 5, hal ini karena biaya yang dikeluarkan lebih besar daripada keuntungan yang diperoleh. Biaya yang dikeluarkan oleh penggilingan relatif tinggi terutama disebabkan karena biaya transportasi, karena biasanya penggiling mengantarkan beras kepada konsumen atau pedagang yang membeli.

Jika dilihat dari *share* harga yang diterima petani (di atas 90%) dan rasio keuntungan dan biaya

yang diperoleh petani, yang paling menguntungkan adalah pola pemasaran yang terdapat pada saluran 2, 4, dan 5. Namun jika dilihat dari pangsa pasarnya, hanya di tingkat distrik, yang walaupun keuntungan yang diterima petani besar namun jumlah penjualan atau jumlah yang dapat dibeli oleh konsumen di tingkat distrik tidak banyak atau terbatas. Dapat terlihat pula dari jumlah petani yang menggunakan ketiga saluran pemasaran tersebut jumlahnya juga sedikit. Persentase petani dari saluran 2, 4, dan 5 masing-masing sebanyak 14,44%, 2,22%, 16,67%. Sedangkan persentase pola pemasaran yang terbanyak dilakukan oleh petani adalah pola pemasaran pada saluran 6, dengan persentase sebesar 28,89%. Pada saluran 6 ini terlihat bahwa rasio keuntungan dan biaya antar pelaku pemasaran tidak jauh berbeda, dan *share* harga yang diterima petaninya pun relatif besar yaitu 72,01%. Disamping itu konsumennya adalah konsumen di tingkat kabupaten yang jumlahnya jauh lebih besar dari konsumen di tingkat distrik. Sehingga dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran ini cukup menguntungkan bagi petani dan pelaku pemasaran yang lain.

Hasil analisis menunjukkan pula bahwa persentase margin dari seluruh saluran pemasaran nilainya lebih kecil dari 50%. Hal ini berarti bahwa margin pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari tergolong rendah. Dengan rendahnya margin dapat disimpulkan bahwa pemasaran beras tergolong efisien. Oleh karena itu hipotesis nol (H_0) pada hipotesis kedua yang menduga bahwa margin pemasaran beras asal Kabupaten Manokwari lebih besar dari 50% (tinggi) ditolak.

Persentase margin yang kecil menandakan bahwa perbedaan harga yang diterima oleh petani dan harga yang diterima konsumen tidak berbeda jauh. Hal ini dapat dilihat pula dari hasil perhitungan *share* harga yang diterima oleh petani yang relatif tinggi. Keadaan ini menguntungkan bagi petani dan juga konsumen. Bagi petani hasil ini akan menjadi pendorong dalam lebih meningkatkan produksi beras. Jika produksi beras daerah tinggi maka masalah ketersediaan beras dapat diatasi, proporsi ketersediaan beras yang berasal dari produksi daerah dapat lebih besar dari pada proporsi beras yang berasal dari luar daerah atau bahkan dapat terpenuhi seluruhnya. Namun selain jumlah produksi yang ditingkatkan, peningkatan kualitas beras daerah juga perlu mendapat perhatian.

Analisis Keterpaduan Pasar Beras Produksi Kabupaten Manokwari

Analisis keterpaduan pasar digunakan untuk menjawab tujuan yang keempat dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat

keterpaduan pasar secara vertical antara pasar beras produksi Kabupaten Manokwari. Untuk analisis keterpaduan pasar beras ini digunakan data sekunder harga beras bulanan dari tahun 2004 hingga 2010. Terdapat 2 tahap dalam analisis keterpaduan pasar ini, yaitu (a) uji akar unit (*unit root test*); dan (b) analisis regresi.

a. Uji Akar Unit

Rangkaian data *time series* sebelum dianalisis lebih lanjut harus diketahui terlebih dahulu apakah data tersebut stasioner atau tidak. Untuk menguji stasioneritas data digunakan uji akar unit yang dikenal dengan uji *Augmented Dickey Fuller* (ADF). Data *time series* stasioner bila nilai rata-rata dan varian dari data tersebut tidak mengalami perubahan secara sistematis sepanjang waktu atau rata-rata dan variannya konstan.

Uji akar unit ini dilakukan terhadap pasar beras produksi Kabupaten Manokwari dan pasar beras dari luar wilayah Kabupaten Manokwari. Pasar beras dari luar wilayah terdiri atas pasar beras dolog dan pasar beras super slip. Hasil uji akar unit diperoleh bahwa pada tingkat atau derajat $I(0)$, nilai ADF test untuk semua serial harga (nilai absolutnya) lebih kecil dari nilai kritis 5% (-2,897) dan 1% (-3,512). Jika nilai *absolute statistic* ADF test lebih kecil dari nilai kritis, berarti bahwa tidak dapat menolak hipotesis nol ($H_0 : \beta = 0$), atau rangkaian data bersifat tidak stasioner. Sehingga uji stasioneritas data perlu dilanjutkan kembali dengan menggunakan uji akar unit integrasi derajat satu.

Hasil uji akar unit pada tingkat diferensial pertama atau derajat $I(1)$, diperoleh nilai *absolute* dari nilai ADF test yang lebih besar dari nilai kritisnya 5% (-2,897) dan 1% (-3,512), sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa menolak hipotesis nol, atau menolak bahwa semua serial data harga mengandung akar unit, yang berarti bahwa rangkaian data telah bersifat stasioner. Setelah diketahui bahwa rangkaian data stasioner pada derajat satu, maka langkah selanjutnya dilakukan analisis regresi.

b. Analisis Keterpaduan Pasar Beras secara Vertikal

Hasil analisis regresi terhadap harga bulanan beras produksi Kabupaten Manokwari antara harga di tingkat grosir dan eceran dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *R-squared* sebesar 94,92% yang berarti bahwa harga beras di tingkat eceran mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap harga beras di tingkat grosir sebesar 94,92% sedangkan sisanya 5,08% dijelaskan oleh faktor lain.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Harga Beras Produksi Kabupaten Manokwari di Tingkat Grosir dan Eceran

Dependent Variable: GP				
Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-387.1972*	134.7364	-2.873739	0.0052
RP	0.994640*	0.025390	39.17469	0.0000
R-squared	0.949278	F-statistic		1534.657
Adjusted R-squared	0.948659	Prob(F-statistic)		0.000000
Durbin-Watson stat	0.236325	Ftabel		3.92

Sumber : Analisis Data Sekunder

Keterangan : *) signifikan pada taraf 1% dan 5%

Berdasarkan hasil analisis nilai uji t pada taraf signifikan 5% dan 1% harga beras produksi Kabupaten Manokwari di tingkat eceran berpengaruh terhadap harga beras produksi Kabupaten Manokwari di tingkat grosir. Hal ini berarti bahwa terdapat keterpaduan secara vertikal pasar beras produksi Kabupaten Manokwari di tingkat grosir dan di tingkat eceran.

Nilai koefisien regresi harga beras superslip sebesar 0,994 dan bertanda positif, hal ini berarti bahwa kenaikan harga beras di tingkat eceran sebesar 1% akan meningkatkan harga beras superslip di tingkat grosir sebesar 0,99%. Sebaliknya jika terjadi penurunan harga beras di tingkat eceran sebesar 1% akan menurunkan harga beras superslip di tingkat grosir sebesar 0,99%. Dengan demikian apabila terjadi kenaikan dan penurunan harga beras di tingkat eceran akan mempengaruhi kenaikan dan penurunan harga beras di tingkat grosir, atau antara harga beras di tingkat eceran dan grosir saling terintegrasi.

KESIMPULAN

1. Saluran pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari terdiri atas sembilan saluran atau jalur pemasaran.
2. Persentase margin dari seluruh saluran pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari tergolong rendah dan dapat disimpulkan pemasaran beras produksi Kabupaten Manokwari tergolong efisien.
3. Terdapat keterpaduan antara harga beras produksi Kabupaten Manokwari di tingkat eceran dan di tingkat grosir.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Ratya. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. POPYRUS. Surabaya.
- Anonim, 2003. Hasil Pemantauan Harga Gabah di Tingkat Petani. <http://www.deptan.go.id/pesantren/bkp/PDP/gabahharga/lap_HGM_20maret.htm>

- Biro Pusat Statistik.2008. *Kabupaten Manokwari dalam Angka*.BPS-Kabupaten Manokwari. Papua Barat.
- Biro Pusat Statistik.2008. *Papua Barat dalam Angka*. BPS- Papua Barat.
- Darwanto, D. H. 2005. *Ketahanan Pangan Berbasis Produksi Dan Kesejahteraan Petani*. Ilmu Pertanian Vol. 12 No.2, 2005 : 152 – 164
- Gujarati, Danodar. 1999. *Ekonometrika Dasar*. Terjemahan.Erlangga. Jakarta.
- Husodo, Siswono Yudo, 2003. *Membangun Kemandirian di Bidang Pangan Suatu Kebutuhan Bagi Indonesia*. Ekonomi Rakyat. Artikel - Th. II - No. 6 - September 2003. http://www.ekonomirakyat.org/edisi_18/artikel_3.htm
- Irawan.2005. *Analisis Ketersediaan Beras Nasional. Suatu Kajian Simulasi Pendekatan Sistem Dinamis*. Prosiding Multifungsi Pertanian. Balai Penelitian Tanah. Bogor.
- Pudjadi, Tri dan Harisno.(2007). *Model Pengelolaan Stok Dan Konsumsi Beras Berbasis decision Support System Pada Era Otonomi Daerah (OTDA)*. Makalah Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI). 16 Juni 2007.Yogyakarta : D53 – D58.
- Simatupang Pantdjar. 2004. *Justifikasi dan Metode Penetapan Komoditas Strategis*. http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdf/Anjak_2004_IV_04.pdf
- Sudiyono, Armand. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Supriadi, Herman. 2008. *Strategi Kebijakan Pembangunan Pertanian di Papua Barat*. Artikel Analisis Kebijakan Pertanian. Volume 6 nomor. 4. Desember 2008. 352-377.
- Trotter, B.W. 1992. *Applying Price Analysis to Marketing System : Methods and ExamplesFrom The Indonesian rice Market*. Marketing Series Volume 3.Catham : Natural Resourcea Institute (NRI).