

Artikel penelitian

## Analisis Margin Pemasaran Beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan

Fatma<sup>a</sup>, La Ode Alwi<sup>b</sup>, Dhian Herdiansyah\*

<sup>a</sup> Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian Universitas Halu Oleo.

<sup>b</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Halu Oleo.

### Abstract

This research aims to determine the marketing margin for rice in Laeya District, South Konawe Regency. The research method used in this study is the descriptive method. The sampling methods used in this research are purposive sampling and snowball sampling techniques. The data analysis used is marketing margin analysis. The research results show that: (1) there are two streams in the rice supply chain in Laeya District, South Konawe Regency. (2) Collectors in value chain streams I and II each have a margin value of Rp. 2,700/kg and Rp. 3,000/kg, large traders in value chain I have a margin of IDR 1,000/kg. Meanwhile, retailers in value chain streams I and II each have a margin value of IDR. 1,500/kg and Rp. 2,000/kg. The share of farmers in the value chain 1 is 43%. Meanwhile, marketing in the two-part value chain is efficient due to the large percentage of parts received by farmers, which is 50%.

Keywords: *Rice; marketing margin; Laeya District*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan. Metode penelitian ini menggunakan metode deskripsi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *Snowball sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) terdapat 2 aliran dalam rantai pasok beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan. (2) Pengepul pada aliran rantai nilai I dan II masing-masing memiliki nilai margin sebesar Rp. 2.700/kg dan Rp. 3.000/kg, pedagang besar pada rantai nilai I mempunyai margin sebesar Rp 1.000/kg. Sedangkan pedagang pengecer pada aliran rantai nilai I dan II masing-masing memiliki nilai margin sebesar Rp. 1.500/kg dan Rp. 2.000/kg. *farmer share* yang diterima petani di rantai nilai 1 sebesar 43%. sedangkan pemasaran di rantai nilai 2 bagian yang di terima petani sudah efisien dikarenakan besarnya jumlah bagian yang diteima oleh petani yaitu sebesar 50%.

Kata kunci: Beras, margin pemasaran, Kecamatan Laeya

\*Korespondensi:

Dhian Herdiansyah

Program Studi Teknologi Pangan,  
Fakultas Pertanian Universitas Halu Oleo.

Jl. HEA. Mokodompit, Kampus Hijau  
Bumi Tridharma, Anduonohu,  
Kendari, Sulawesi Tenggara

✉ dhian.herdiansyah@aho.ac.id

Situs artikel:

Fatma, L.O. Alwi, D. Hadiansyah,  
(2024). Analisis margin pemasaran  
beras di Kecamatan Laeya Kabupan  
Konawe Selatan. Agrisurya, 3(1): 17-  
23.

DOI:

<https://doi.org/10.51454/agrisurya.v3i1.644>

## PENDAHULUAN

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi manusia untuk bertahan hidup. Menurut Undang-Undang Pangan Nomor 18 Tahun 2012, pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan atau pembuatan makanan atau minuman. Salah satu pangan utama yang sebagian besar dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah beras. Keadaan seperti ini menunjukkan bahwa jumlah beras yang dibutuhkan dalam satu hari lebih banyak dibandingkan jumlah pangan pokok lainnya.

Pemenuhan kebutuhan akan beras dapat diperhatikan dari beberapa aspek, antara lain jumlah produksi beras dalam suatu wilayah, jumlah penduduk, jumlah konsumsi beras, ketersediaan lahan, konversi lahan sawah dan aspek lainnya. Menurut Arifin (2001), kebutuhan karbohidrat untuk hidup sehat yang dikonsumsi oleh satu orang dewasa sekitar 300 gram per hari. Jumlah yang dianjurkan ini dapat diperoleh dari beras, singkong dan umbi-umbi lainnya. Ketahanan pangan merupakan salah satu indikator pertumbuhan ekonomi suatu negara dan dapat mencerminkan kemakmuran serta tolok ukur tingkat kesejahteraan, khususnya dalam hal produksi dan konsumsi rakyat (Asriani dan Herdiansyah, 2019). Perlunya suatu daerah dapat memaksimalkan pengelolaan sumber daya alam yang ada di setiap daerah yang dilakukan secara terus menerus disesuaikan dengan karakteristik khusus yang dimiliki setiap daerah (Herdiansyah dan Asriani, 2018; Herdiansyah *et al.*, 2021; Herdiansyah *et al.*, 2022).

Kabupaten Konawe Selatan dengan luas wilayah seluas 4.200,89 km<sup>2</sup> adalah salah satu daerah yang menjadikan sebagian besar wilayahnya menjadi lahan pertanian. Permukaan tanah di Konawe Selatan umumnya dataran yang sangat potensial untuk pengembangan pertanian. Tanaman pangan yang paling banyak diusahakan di Kabupaten Konawe Selatan adalah padi dengan luas panen 33.625 hektar dan produktivitas sebesar 33,097 kuintal/hektar (BPS Konawe Selatan, 2021). Salah satu kecamatan yang menjadi sumber penyanga pangan di Kabupaten Konawe Selatan adalah Kecamatan Laeya dengan luas wilayah 277,99 km<sup>2</sup>. Jenis produksi padi sawah menjadi komoditi andalan selain jenis pertanian lain.

Kecamatan Laeya merupakan wilayah yang memiliki areal persawahan yang cukup luas, kebutuhan akan pengairan yang baik sangat diperlukan petani dalam meningkatkan hasil produksinya. Secara umum jenis pengairan untuk areal persawahan yang digunakan adalah sawah irigasi 95 persen. Selebihnya petani memanfaatkan sumber air hujan sebagai alternatif pengairan areal persawahan non irigasi dengan persentase sebesar 5 persen. Luas lahan sawah di Kecamatan Laeya adalah 2.392,75 hektar dengan luas tanam dan luas panen seluas 2.345,25 hektar (BPS Kecamatan Laeya, 2020). Dilihat dari data yang ada, diharapkan Kecamatan Laeya dapat terus menjadi penyanga pangan memenuhi kebutuhan beras masyarakat dengan rantai pasok yang baik melalui saluran rantai nilai dapat memberi nilai tambah dan keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat pada rantai pasok beras di Kecamatan Laeya.

Analisis rantai nilai bisa membantu untuk mengetahui pelaku yang ada dalam rantai pemasaran yang kemudian bisa dirumuskan strategi yang tepat baik dengan memotong rantai ataupun dengan memberikan solusi bagi tiap pelaku. Rantai nilai dalam suatu kegiatan pertanian perlu diperhatikan dalam hal sistem produksi mulai dari tanam sampai dengan perawatan kemudian setelah itu dalam hal sistem panen kemudian dalam serangkaian kegiatan rantai nilai pemasaran menjadi kegiatan yang penting untuk melihat seberapa efektifkah rantai yang tercipta baru setelah itu akan terlihat margin harga antar pelaku dalam rantai nilai (Sukayana dalam Widayat, 2016).

Menurut Swastha dan Irawan (2003) mendefinisikan pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan-kegiatan usaha dalam rangka merencanakan, menentukan harga, dan memperkenalkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan baik kepada para pembeli, namun demikian pemasaran bagi kebutuhan agribisnis harus memenuhi konsep efisien dan pemerataan, hal ini disebabkan barang yang sampai ke konsumen akhir dari produsen, apakah ada keterlibatan lembaga pemasaran, dan apakah ada pemerataan di antara lembaga pemasaran tersebut, karena makin panjang rantai pemasaran maka makin tidak efisien pertukaran barang tersebut. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayar kepada produsen dan harga yang dibayar konsumen. Perhitungan analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui perbedaan harga per satuan tingkat produsen atau tingkat konsumen yang terjadi pada rantai pemasaran yang ada (Sudiyono 2001). Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara harga yang dibayarkan oleh

konsumen dan harga yang diterima oleh produsen (Abubakar, 2002). Berdasarkan permasalahan yang ada maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang analisis margin pemasaran beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan.

## METODE PENELITIAN

### Metode Dasar Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode dasar deskripsi. metode deskripsi ini bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala (Silalahi, 2012).

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian dilaksanakan di Kecamatan Laeya, Kabupaten Konawe Selatan. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive*, yaitu penentuan daerah sampel yang diambil secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September-November 2021

### Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh elemen yang terdiri dalam rantai pasok beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan, terdiri dari petani, pengepul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *snowball sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 39 responden dengan rincian 30 petani, pengepul 3 orang, pedagang besar 4 orang dan pedagang pengecer 10 orang.

### Jenis dan Sumber Data

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data (Sugiyono, 2012). Data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan petani, pengepul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya kalau dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview, kuesioner (angket), dan observasi (Sugiyono, 2012).

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden (Iskandar, 2008). Data kuesioner ditunjukkan untuk petani sampai pengecer; dan (b) wawancara adalah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara Tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian (Emzir, 2010). Wawancara ditunjukkan untuk petani sampai pengecer.

### Analisis Data

Berdasarkan metode *snowball sampling* di dapatkan 39 responden dengan rincian petani 30 orang, pengepul 3 orang, pedagang besar 4 orang, dan pedagang pengecer 10 orang yang menjadi pelaku atau berperan pada rantai nilai. Zein dalam Monzery (2013) menjelaskan untuk menghitung margin dari setiap lembaga pemasaran, digunakan rumus:

$$Mp = Pr - Pf$$

#### Keterangan

- Mp = Margin Pemasaran (Rp/kg)
- Pr = Harga ditngkat konsumen (Rp/kg)
- Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

Menurut (Azzaino, 1991) Bagian harga yang diterima oleh petani sebagai produsen dalam pemasaran komoditas pertanian (*Farmer's Share*) merupakan perbandingan harga yang diterima petani sebagai produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir. *Farmer's share* berkorelasi negatif dengan margin pemasaran, artinya semakin tinggi margin pemasaran maka bagian harga yang diterima petani sebagai produsen semakin rendah sebagaimana dirumuskan berikut ini:

$$Fs = \frac{Pf}{Pc} \times 100\%$$

#### Keterangan:

- Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)
- Pc = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)
- Fs = Bagian yang diterima petani

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila:

- (1) Mempunyai margin yang rendah dan *Farmer's Share* yang tinggi dibandingkan pemasaran yang lain untuk komoditas yang sama ( $FS > MP$ ).
- (2) Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran beras.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran secara umum tentang keadaan dan latar belakang responden yang berkaitan dan berpengaruh terhadap kegiatannya dalam menjalankan usahanya. Responden pada penelitian ini adalah petani, pengepul atau penggiling dan pedagang yang masih aktif bertani dan berdomisili di kecamatan Laeya. Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dengan responden yang berjumlah 39 orang dapat diketahui karakteristik umum para responden yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan lama usaha..

Mayoritas pelaku rantai pasok di Kecamatan Laeya berjenis kelamin perempuan dengan persentase 64% dan laki-laki 36%. Biasanya suami atau istri para pelaku rantai pasok ikut membantu, baik itu dari petani hingga pedagang. Namun, pengelolaan lahan pertanian cukup berat untuk dikerjakan sendiri sehingga membutuhkan bantuan tenaga kerja. Hal ini juga dilakukan oleh pengepul atau penggiling hingga pedagang besar karena pengangkutan gabah atau beras cukup berat jika dilakukan sendiri sehingga membutuhkan bantuan tenaga kerja.

Selisih umur setiap pelaku rantai pasok beras di Kecamatan Laeya cukup besar antara jumlah responden dengan umur produktif dan non produktif. Dari total responden berjumlah 39 orang, 37 orang termasuk dalam umur produktif dan 2 orang non produktif. Pada umur produktif tersebut, kerja para pelaku yang terlibat dalam rantai pasok beras di kecamatan Laeya masih cukup tinggi sehingga lebih potensial dalam menjalankan usahanya. Pada umur produktif kemampuan fisik para pelaku rantai pasok beras masih memadai, sehingga memungkinkan usaha yang mereka lakukan masih dapat terus dikembangkan karena para pelaku usaha masih memiliki produktivitas dan kemampuan kerja yang tinggi. Sedangkan pada usia non produktif sebagian besar sudah tidak sanggup bekerja sendiri sehingga membutuhkan tenaga kerja tambahan baik dari dalam keluarga ataupun di luar keluarga.

Tingkat pendidikan para pelaku rantai pasok beras di kecamatan Laeya memiliki variasi dalam menempuh pendidikan terakhirnya, mulai dari SD, SMP/SLTP, hingga SMA/SLTA. Jumlah pelaku rantai pasok beras pada tingkat pendidikan SD yaitu berjumlah 11 orang dengan persentase sebesar 28,2%, jumlah pelaku rantai pasok beras pada tingkat pendidikan SMP/SLTP yaitu berjumlah 12 orang dengan persentase sebesar 30,7%, dan jumlah paling banyak terdapat pada tingkat pendidikan SMA/SLTA yaitu berjumlah 16 orang dengan persentase sebesar 41,1%.

Pendidikan tersebut tentunya sangat berpengaruh pada usaha yang dilakukan oleh para pelaku rantai pasok beras karena pada dasarnya kemampuan mendapatkan dan menggunakan informasi bermula dengan adanya pendidikan. Serta kemampuan untuk mengembangkan usaha ditingkat yang lebih besar akan sulit tercapai akibat keterbatasan pengetahuan yang didapatkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Utami (2018) yang menyatakan bahwa pendidikan akan mempengaruhi kemampuan, wawasan dan tingkat kepercayaan diri dalam melaksanakan pekerjaannya. Karena dengan adanya pendidikan, seseorang mampu bekerja dengan tingkat kesulitan dan tanggung jawab yang lebih tinggi pula.

Lama usaha para pelaku rantai pasok beras di Kecamatan Laeya, 1 sampai 30 tahun. Hal ini membuktikan bahwa usaha yang dilakukan para pelaku rantai pasok beras sudah berjalan lama bahkan sebagian merupakan usaha turun temurun sehingga pengalaman yang didapatkan cukup banyak. Walaupun pemilik usaha memiliki pendidikan yang rendah, sehingga kemampuan memahami dan menguasai hal tersebut dari lama membuat para pelaku rantai pasok beras tetap melakukan usaha tersebut karena mampu menghasilkan keuntungan.

Analisis margin pemasaran digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran secara ekonomi, yaitu menganalisis pemasaran produk mulai dari petani, produsen sampai di tangan konsumen akhir. Margin pemasaran juga dapat digunakan untuk mengkaji sebaran harga yang dibayar konsumen akhir sampai kepada petani. Konsep margin pemasaran digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran baik efisiensi operasional maupun efisiensi harga (Hanafiah dan Saefudin dalam Prihartono, 2018). Margin pemasaran beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai margin pada masing-masing pola rantai nilai pada rantai pasok beras di Kecamatan Laeya. Pengepul pada aliran

rantai nilai I dan II masing-masing memiliki nilai margin sebesar Rp. 2.700/kg dan Rp. 3.000/kg, artinya pengepul mempunyai margin yang paling besar daripada pelaku rantai nilai yang lain karena pengepul mempunyai aktivitas yang banyak mulai dari gabah basah sampai menjadi beras sehingga mengalami penambahan nilai. Sedangkan pedagang besar pada

rantai nilai I mempunyai margin sebesar Rp 1.000/kg karena aktivitasnya hanya sebagai perantara tanpa ada penambahan nilai pada beras.

Sedangkan pedagang pengecer pada aliran rantai nilai I dan II masing-masing memiliki nilai margin sebesar Rp. 1.500/kg dan Rp. 2.000/kg. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat

Tabel 1. Margin pemasaran beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan.

Pelaku	Rantai nilai 1		Rantai nilai 2	
	Harga jual Rp/kg	Margin pemasaran Rp/kg	Harga jual Rp/kg	Margin pemasaran Rp/kg
Petani	4.300	-	5.000	-
Pengepul	7.000	2.700	8.000	3.000
Pedagang besar	8.000	1.000	-	-
Pedagang pengecer	10.000	1.500	10.000	2.000

bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 1993). perbedaan aktivitas antara rantai nilai I dan II adalah pada aliran rantai nilai I semua lembaga atau pelaku yang ada pada rantai nilai memiliki atau menjalankan peran pada rantai pasok beras di Kecamatan Laeya. sedangkan pada aliran rantai nilai II petani memiliki dua peran pada rantai pasok yaitu sebagai petani dan pedagang pengecer,

sedangkan pengepul pada aliran rantai nilai II berperan sebagai penggiling. sehingga margin pemasaran yang di terima aliran rantai nilai II lebih besar daripada aliran rantai pasok I karena aktivitas yang dilakukan pada aliran rantai nilai II lebih sedikit.

Model rantai nilai juga digunakan untuk memahami interaksi yang terjadi antar actor, yaitu meningkatkan efisiensi dengan tetap meningkatkan nilai tambah dan meningkatkan daya tawar antar aktor

Tabel 2. *Farmer's share* pemasaran beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan

Lembaga pemasaran	Rantai nilai 1		Rantai nilai 2	
	Margin pemasaran (Rp/kg)	<i>Farmer's share</i> (%)	Margin pemasaran (Rp/kg)	<i>Farmer's share</i> (%)
Petani	-	43	-	50
Pengepul	2.700	-	3.000	-
Pedagang besar	1.000	-	-	-
Pedagang pengecer	1.500	-	2.000	-

yang terlibat untuk memberikan kontribusi terhadap nilai tambah suatu produk (Roduner, 2007). Menurut Kaplinsky dan Morris, 2001, analisis rantai nilai dapat memainkan peran utama dalam mengidentifikasi distribusi manfaat bagi para pelaku dalam rantai nilai.

Efisiensi pemasaran akan terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetisi pasar yang sehat (Soekartawi dalam Cristoporus dan Sulaeman, 2009).

Menurut (Azzaino, 1991) Bagian harga yang diterima oleh petani sebagai produsen dalam pemasaran komoditas pertanian (*Farmer's Share*) merupakan perbandingan harga yang diterima petani sebagai produsen dengan harga yang di bayarkan konsumen akhir. *Farmer's share* berkorelasi negatif dengan margin pemasaran, artinya semakin tinggi margin pemasaran maka bagian harga yang diterima petani sebagai produsen semakin rendah. *farmer's share* pemasaran beras dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa *Farmer's share* atau bagian yang diterima petani merupakan harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani

dalam bentuk persentase. Bila bagian yang diterima petani kurang dari 50% berarti belum efisien, dan bila bagian yang diterima petani lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien. Hasil penelitian menunjukkan besarnya bagian yang diterima petani di rantai nilai 1 sebesar 43%. sedangkan pemasaran di rantai nilai 2 bagian yang di terima petani sudah efisien dikarenakan besarnya jumlah bagian yang diterima oleh petani yaitu sebesar 50%, hal ini disebabkan oleh tingginya harga yang diterima ditingkat petani pada rantai nilai 2. Semakin tinggi *farmer share* semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari panjang-pendeknya saluran pemasaran yang dilakukan dalam proses pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran yang dilewati maka semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin tidak efisien pemasaran tersebut.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian margin pemasaran beras di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan. Margin yang diperoleh pada masing-masing aliran rantai nilai yaitu pengepul pada aliran rantai nilai I dan II masing-masing memiliki nilai margin sebesar Rp. 2.700/kg dan Rp. 3.000/kg, Sedangkan pedagang besar pada rantai nilai I mempunyai margin sebesar Rp 1.000/kg karena aktivitasnya hanya sebagai perantara tanpa ada penambahan nilai pada beras. Sedangkan pedagang pengecer pada aliran rantai nilai I dan II masing-masing memiliki nilai margin sebesar Rp. 1.500/kg dan Rp. 2.000/kg. Margin pemasaran yang di terima aliran rantai nilai II lebih besar daripada aliran rantai pasok I karena aktivitas yang dilakukan pada aliran rantai nilai II lebih sedikit. *Farmer's share* yang diterima petani di rantai nilai I sebesar 43%. Sedangkan pemasaran di rantai nilai 2 bagian yang di terima petani sudah efisien dikarenakan besarnya jumlah bagian yang diterima oleh petani yaitu sebesar 50%, hal ini disebabkan oleh tingginya harga yang diterima ditingkat petani pada rantai nilai II. Semakin tinggi *farmer's share* semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani.

### Saran

Peting bagi petani untuk mengikuti saran dari penyuluhan pertanian mengenai pemeliharaan padi agar gabah hasil panen berupa beras memiliki nilai jual

lebih tinggi. Karena kualitas beras yang dihasilkan untuk Kecamatan Laeya masih kurang sehingga di perlukan peningkatan kualitas beras yang di hasilkan, dengan mengikuti pelatihan dari penyuluhan pertanian dan di aplikasikan pada lahan sawah masing-masing petani karena masih banyak petani di Kecamatan Laeya yang masih menggunakan cara pemeliharaan padi secara turun temurun tanpa mau mencoba metode baru yang di kembangkan dibidang pertanian mengenai pemeliharaan dan peningkatan kualitas padi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar R. 2002. Ekonomi pemasaran, proyek dan pengadaan buku ekonomi. Jakarta (Indonesia): PT Sumber Bahagia.
- Arifin B. 2001. Spektrum Kebijakan Pertanian Indonesia. Jakarta (ID): Erlangga.
- Asriani, dan Herdiansyah, D. 2019. Factors Affecting The Economic Policy Of Food In Indonesia. Mega Aktivita: Jurnal Ekonomi dan Manajemen 8 (1), 11-17. doi: <http://dx.doi.org/10.32833/majem.v8i1.76>
- Azzaino. 1991. Pengantar Tataniaga Pertanian. Bogor. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Institut Pertanian Bogor
- BPS Kabupaten Konawe Selatan. 2021. Statistik Daerah Kabupaten Konawe Selatan. Badan Pusat Statistik Kabupaten Konaawe Selatan. Konawe Selatan.
- BPS Kecamatan Laeya. 2020. Statistik Daerah Kecamatan Laeya. Badan Pusat Statistik Kecamatan Laeya. Kecamatan Laeya.
- Effendy. 2014. Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan Pekerja dan Pengeluaran Pendidikan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Jurnal Economia, 10 (2): 187-193
- Emzir. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Herdiansyah, Dhian, Asriani (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Komoditas Kakao di Kabupaten Kolaka – Sulawesi Tenggara Jurnal Agroindustri Halal 4 (1): 30-41. doi: <http://dx.doi.org/10.30997/jah.v4i1.1124>
- Herdiansyah, Dhian, Sudarmi, Sakir, & Asriani. (2021). Analisis Faktor Prioritas Pengembangan Komoditas Perkebunan Unggulan dengan Metode\_AHP (Analytical Hierarchy Process) Method. Lampung Agricultural Engineering Journal, 10 (2), 239-251. doi: <http://dx.doi.org/10.23960/itep-l.v10i2.239-251>.

- Herdhiansyah, Dhian, Sudarmi, Sakir, Asriani, & La Ode Midi (2022). Analytical hierarchy process (AHP) in Expert Choice for determining superior plantation commodities: A case in East Kolaka Regency, Indonesia. *Songklanakarin Journal of Science and Technology*, 44 (4): 923 – 926.
- Iskandar (2008). Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif). Jakarta: Gaung Persada Group.
- Kaplinsky, Raphael. & Morris, Mike (2001). A handbook for value chain research. Brighton, United Kingdom, Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Monzery, Hedron Asfira, Shorea Khaswarina dan Novia Dewi (2014). Analisis Rantai Nilai Agroindustri Susu Bubuk Kedelai (Studi Kasus Industri Sumber Gizi Nabati dan Melilea di Kota Pekanbaru). *Jurnal Agribisnis*.13 (1): 29 –32.
- Prihartono, Bagus (2018). Analisis Pemasaran Produk Agribisnis Ubi Kayu di Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Roduner, Daniel (2007). Donor interventions in value chain development, Swiss Agency for Development and Cooperation (SDC) Switzerland.
- Silalahi (2012). Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sudiyono (2001). Pemasaran Pertanian. Universitas Muhamadiyah Malang. Malang.
- Sukayana, I Made, Dwi Putra Darmawan dan Ni Putu Udayani Wijayanti (2013). Rantai Nilai Komoditas Kentang Granola di Desa Candikuning Kecamatan Batuti Kabupaten Tabanan. *Jurnal Agrobisnis dan Agrowisata*. 2 (3): 99 – 108.
- Sugiyono (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2012). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Alfabeta: Bandung
- Swastha,Irawan (2003). Manajemen Pemasaran Modern. (Edisi kedua).Cetakan Kesebelas. Yogyakarta: Liberty Offse.