

ANALISIS DISTRIBUSI KEBUTUHAN PANGAN POKOK HASIL PERTANIAN DI KOTA MATARAM TAHUN 2022

By Ahmad Suriadi

Analisis distribusi kebutuhan pangan pokok hasil pertanian di Kota Mataram tahun 2022

Distribution analysis of basic food needs agricultural products in Mataram City in 2022

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui saluran distribusi pangan pokok dan menganalisis keragaman pasar dari setiap saluran distribusi. Data primer diperoleh melalui pengamatan dan wawancara menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner). Penentuan responden dengan metode purposive sampling. Dari hasil penelitian didapatkan distribusi pangan pokok di Kota Mataram yaitu : (1). Komoditas beras yang beredar di Kota Mataram ada dua jalur yaitu Jalur 1 : Petani → Pengepul Gabah → Penggilingan Gabah → Pengepul Beras → Pengecer → Konsumen dan Jalur 2 : Petani → Penggilingan Gabah → Pengecer → Konsumen; (2). Komoditas Jagung, memiliki satu jalur yaitu Petani Jagung → Pengepul → Pengecer → Konsumen; (3). Kedelai memiliki dua jalur : Jalur 1. Kedelai Lokal : Petani Kedelai → Pengepul → Pengecer dan Jalur 2. Konsumen Kedelai Import : Import dari Amerika → Pedagang Besar Antar Provinsi (Surabaya) → Pedagang Besar Lokal (Cakra dan Ampenan) → Pengarajin Tahu Tempe → Konsumen; (4). Bawang Merah memiliki satu jalur distribusi yaitu Petani Bawang Merah → Pengepul Antar Kota (Bima) → Pengepul Lokal (Bertais) → Pengecer → Konsumen; (5). Bawang Putih ada dua jalur yaitu Jalur 1 yaitu Pedagang Besar (Surabaya) → Pengepul Lokal (Bertais) → Pengepul → Pengecer → Konsumen dan Jalur 2 : Pedagang Besar (Surabaya) → Pengepul Lokal (Bertais) → Pengepul → Pengecer → Konsumen. (6). Cabai Merah Besar, Cabai Kriting, dan Cabai Rawit, memiliki jalur distribusi yang sama yaitu Jalur 1 : Petani Cabai → Pengepul Antar Kota (Lotim) → Pengecer → Konsumen dan Jalur 2 : Petani Cabai → Pengecer → Konsumen.

Kata kunci: distribusi pangan; pangan pokok; pasar hasil pertanian

ABSTRACT

The aim of this research is to find out the staple food distribution channels and to analyze the market diversity of each distribution channel. Primary data obtained through observation and interview using a list of questions (questionnaire). Determination of respondents using purposive sampling method. The results of the research show the distribution of staple foods in the city of Mataram, namely: (1). There are two lines of rice commodity circulating in Mataram City, namely Line 1:

Rice Farmers → Grain Collectors → Grain Mills → Rice Collectors → Retailers → Consumers and Path 2: Farmers → Grain Mills → Retailers → consumers; (2). Corn Commodity, has one channel, namely Corn Farmers → Collectors → Retailers → Consumers; (3). Soybean has two channels: Route 1. Local Soybean : Soybean Farmers → Collectors → Retailers and Route 2. Imported Soybean Consumers : Import from America → Inter-provincial Wholesalers (Surabaya) → Local Wholesalers (Cakra and Ampenan) → Tempe Tofu Makers → Consumer; (4). Shallots has one distribution channel, namely Shallot Farmers → Inter-city collectors (Bima) → Local collectors (Bertais) → Retailers → Consumers; (5). Garlic has two routes, namely Path 1, namely Wholesalers (Surabaya) → Local Collectors (Bertais) → Collectors → Retailers → Consumers and Path 2: Wholesalers (Surabaya) → Local Collectors (Bertais) → Collectors → Retailers → Consumers. (6). Big Red Chillies, Kriting Chillies, and Rawit Chillies, have the same distribution channel, namely Line 1: Chili Farmers → Inter-City (Lotim) Collectors → Retailers → Consumers and Channel 2: Chili Farmers → Retailers → Consumers.

Keywords: agricultural produce market; food distribution; staple food

PENDAHULUAN/INTRODUCTION

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo (Jokowi) mengarahkan jajarannya untuk memantau pasokan dan distribusi pangan di seluruh Indonesia. Dalam rapat terbatas untuk menindaklanjuti prakiraan kebutuhan bahan pokok, presiden juga mengemukakan dari stok bahan pokok di seluruh Indonesia terjadi kelangkaan beberapa bahan pangan di beberapa provinsi, antara lain kekurangan beras di tujuh provinsi dan kekurangan jagung di 13 provinsi. Selain itu juga diungkapkan bahwa banyak provinsi kekurangan cabai yang ada di 19 provinsi, dan kekurangan telur di 22 provinsi. Karena itu, Jokowi menyerukan penghitungan cepat, merinci daerah mana saja yang

kelebihan dan kekurangan stok bahan pokok. (KEMENTAN, 2020).

Kota Mataram sebagai pusat distribusi barang menjadi tujuan utama jalur distribusi masuknya kebutuhan hasil industri dari luar daerah. Volume barang kebutuhan hasil industri yang masuk ke kota Mataram tidak didasarkan kepada kebutuhan Kota Mataram, namun juga didistribusikan untuk melayani kebutuhan kabupaten/Kota lainnya di NTB. Dampaknya adalah Kota Mataram sebagai pusat jalur distribusi adalah stoke barang lebih besar dari asumsi kebutuhan yang ditunjukkan oleh cadangan pokok hasil industri; gula pasir dan minyak goreng (BPS, 2021).

Rata-rata pengeluaran makanan penduduk kota Mataram tahun

2021 mengalami peningkatan sebesar 5,41 persen dibandingkan tahun 2020. Tidak hanya rata-rata pengeluaran makanan, rata-rata pengeluaran bukan makanan juga mengalami kenaikan²³ yaitu sebesar 7,37 persen. Rata-rata pengeluaran rumah tangga di Kota Mataram untuk kelompok makanan dan minuman sebesar Rp. 371.798, termasuk dalam kelompok makanan komoditas pertanian seperti beras, jagung, kedelai bawang merah, bawang putih, cabai (BPS, 2021).

Tingkat konsumsi tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kenaikan harga dari beberapa komoditas pertanian yang terjadi beberapa bulan terakhir dan menjadi headline news diberitakan²² media massa, disamping itu komoditas pangan mempunyai peran sangat strategis karena gejolak yang ditimbulkan dapat mempengaruhi kondisi makro ekonomi, bahkan kondisi sosial politik (Wijayati et al., 2019).

⁴⁴ Dari sebelas kelompok pengeluaran, tujuh kelompok mengalami³⁶ inflasi, inflasi yang tertinggi terjadi pada kelompok Makanan, Minuman, dan Tembakau sebesar 1,81 persen (komoditas yang memberikan sumbangan inflasi dari terbesar adalah : Daging, Ayam Ras, Beras, Minyak Goreng, dan Bawang Merah (BPS, 2021).

Permasalahan utama dalam jalur distribusi pengadaan dan pemasaran barang adalah biaya transportasi yang dipengaruhi oleh BBM dan menyebabkan meningkatnya biaya distribusi dan mempengaruhi harga barang (Ruauw, 2015). Belum tersedianya standar untuk⁴¹ menentukan kebutuhan bahan pokok hasil industri seperti gula, minyak goreng, tepung terigu dan tepung beras dan belum optimalnya pola monitoring jalur distribusi bahan pokok hasil industry (Fallo et al., 2020).

Selain tantangan pemenuhan dan penyediaan pangan, jumlah penduduk Kota Mataram menurut hasil survey BPS Kota Mataram 2020 yang mencapai 487 ribu jiwa dan yang terus meningkat dimasa mendatang tentunya membutuhkan akses pangan yang terjangkau bagi seluruh masyarakat (Abdurrahman et al., 2019). Sehubungan dengan hal tersebut dilakukan Penelitian Analisa Jalur Distribusi Kebutuhan Pangan Pokok Hasil Pertanian di Kota Mataram Pada Tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai pola jalur distribusi bahan pokok dan menganalisis keragaman pasar dari masing-masing jalur distribusi bahan pokok tersebut kepada masyarakat serta beberapa margin dan efisiensi perdagangan

komoditas hasil pertanian di Kota Mataram.

METODOLOGI/METHODOLOGY

1. Target Responden

Target Responden adalah Pedagang Eceran, Pedagang Besar, Pedagang Pengepul, Petani.

2. Sampel Responden

Penentuan sampel dilakukan dengan kombinasi metode *Purposive Sampling* dimana kelompok sampel ditargetkan memiliki atribut-atribut tertentu (Sugiono, 2014). Sampel penelitian adalah pedagang eceran yang tersebar di tiga pasar di Kota Mataram dan kriteria pedagang pengecer adalah sebagai berikut :

- Memiliki omset penjualan yang relative lebih besardibandingkan dengan pedagang lainnya.
- Menjual barang kebutuhan (komoditas pertanian) untuk pembeli yang akan dikonsumsi sendiri bukan grosir.
- Mudah diwawancarai, jujur dan bersahabat.

Responden pedagang eceran dipilih secara acak dengan menggunakan beberapa tahap pengambilan sampel. Prosedur pengambilan sampel dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu :

- Sampel responden ditentukan dari sisi pedagang pengecer yang dipilih secara random dengan menggunakan teknik menentukan lokasinya di 3 pasar tradisional di wilayah Kota Mataram,

setiap pasar adalah 2 pedagang untuk setiap komoditas.

- Dari tahap awal dan juga lokasi dimana komoditas yang dijual pedagang pengecer dan juga lokasi dimana komoditas tersebut berasal. Pada tahap kedua ini responden yang dicari adalah responden pedagang besar dengan informasi yang diketahui berdasarkan informasi dari pedagang eceran.
- Tahap ketiga merupakan seleksi responden komoditas didasarkan pada informasi yang diperoleh dari reponden pedagang besar.

3. Pelaksanaan

Secara umum metode pelaksanaan pencarian informasi jalur distribusi dilakukan secara langsung terhadap komoditas hasil pertanian.

- Data/informasi yang dibutuhkan; Jalur distribusi dari komoditas pertanian.
- Sumber data; Jalur distribusi dari komoditas pertanian.
- Pemilihan Pasar; Jumlah pasar yang di survei adalah 3 pasar yang ada di kota Mataram dengan pertimbangan 3 pasar ini merupakan pasar yang relatif besar termasuk type 1A, berdasarkan Peraturan Walikota Mataram Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Retribusi

Pelayanan Pasar, 2021 yaitu :

- 1). Pasar Mandalika Type 1A;
- 2). Pasar Kebon Roek Type 1A;
- 3). Pasar Pagesangan Type 1B

d. Jenis Komoditi

Jenis komoditi yang akan di survei jalur distribusinya adalah :

- a).Beras;
- b). Jagung;
- c).Kedelai;
- d).Bawang Merah;
- e).Bawang Putih;
- f).Cabai Merah Besar;
- g).Cabai Kriting;
- h).Cabai Rawit.

4. Analisa Data

Untuk menganalisis saluran distribusi dan hasil pertanian di kota Mataram digunakan metode analisis deskriptif. Keuntungan pemasaran dari setiap lembaga dapat diketahui dengan melakukan analisis keuntungan dengan menghitung biaya, dan keuntungan pemasaran masing-masing perantara.

(Nugroho, 2021).

a. **Margin Pemasaran** adalah selisih harga pada konsumen akhir terhadap harga produsen. Menurut Assefa (2015) margin pemasar dihitung menggunakan

rumus :

$M = Pr - Pf$; Dimana : M = Margin Pemasaran (Rp/Kg); Pr = Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg); Pf = Harga Ditingkat Produsen (Rp/Kg)

b. **Biaya Pemasaran** adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen (Tomak & Kaiser, 2017) . Biaya pemasaran

dapat dirumuskan :

$Bp = Bp1+Bp2+Bp3...+Bpn$.

Dimana : Bp = Biaya pemasaran masing-masing komoditi (Rp/Kg) $Bp1,2,3...n$: biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran (Rp/Kg).

c. **Keuntungan Pemasaran**, menurut (Tomak & Kaiser,

2017), untuk mengetahui besarnya profit margin setiap lembaga pemasaran digunakan perhitungan sebagai berikut : $P = M - C$. P = Keuntungan margin (Rp/Kg); M = Harga di tingkat pedagang (Rp/Kg); C = Biaya pemasaran (Rp/Kg). Farmer Share dapat dihitung berdasarkan pesentase jumlah harga yang diterima oleh petani/produsen dibagi dengan harga yang terbentuk pada konsumen akhir. Secara matematis

dirumuskan sebagai berikut : $Fs = Pf/ps \times 100$. Dimana : Fs = Farmer Share; Pf = Harga di Tingkat Petani; Pr = Harga di Tingkat Konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN/RESULTS AND DISCUSSION

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2022. Data hasil

survei didapatkan di tiga pasar yang ada di Kota Mataram yaitu : Pasar Mandalika, Pasar Kebon Roek dan Pasar Pegesangan. Responden Pedagang Pengecer, Pedagang Besar, Pedagang Pengepul, dan Petani untuk delapan komoditi hasil pertanian.

1. Beras

Perdagangan padi di Kota Mataram melibatkan kelembagaan pasar pada berbagai level administrasi, seperti pedagang pengumpul desa, kecamatan dan kabupaten. Disamping kelembagaan pemasaran, Bulog juga terlibat dalam distribusi. Demikian juga dengan kelembagaan pengolahan yang hanya terlibat dalam pembelian dan proses produksi saja. Kelembagaan pengolahan tersebut umumnya mitra Bulog.

Hasil penelitian dilapangan (**Tabel 1**) menunjukkan jalur distribusi Beras di Kota Mataram ada 2 jalur yaitu :

1. Jalur 1: Petani Padi → Pengepul Gabah → Penggilingan G¹⁵ah → Pengepul Beras → Pengecer → Konsumen.

2. Jalur 2 : Petani → Penggilingan Gabah → Pengecer → Konsumen.

Jalur distribusi yang pertama pada komoditas ini sesuai dengan pendapat penelitian Medah (2018) yang mengemukakan bahwa pola distribusi pada produk pangan, meliputi : petani, pengepul, penggilingan gabah, pengecer dan konsumen.

Margin pemasaran yang terlibat dalam perdagangan beras di Kota Mataram, rata-rata Rp. 1.000 per kg yaitu dengan harga jual di masing-masing pasar sebesar Rp.9.000 -10 .000 per kg, seperti yang tergambar dalam **Gambar 1**.

Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa harga jual beras melebihi harga dasar artinya pemasaran beras Kota Mataram cukup efisien. Maka sesuai dengan pendapat Hermanto & Saptana (2018) pemerintah daerah harus dapat mempertahankan kondisi ini dengan berbagai kebijakan seperti harga dasar untuk produsen dan harga atap untuk konsumen yang dapat ditempuh dengan memerankan Bulog melalui serapan gabah dan operasi pasar.

Tabel 1.

Jalur distribusi komoditas beras dan fungsi pemasaran dari masing-masing lembaga di Kota Mataram

Lembaga Pemasaran	Beras		Fungsi Pemasaran		
	Jalur 1	Jalur 2	Pertukaran	Fisik	Penyediaan Sarana
Petani Padi	✓	✓	Penjualan	Pengangkutan	Penanggulangan Resiko
Pengepul Gabah	✓		Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Informasi Pasar, Pengurangan Resiko & Pembiayaan
Penggilingan Gabah	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan, penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Pengurangan Resiko & Pembiayaan
Pengepul Beras	✓		Penjualan & pembelian	Pengangkutan, penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Pengurangan Resiko & Pembiayaan
Pengecer	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan & Penyimpanan	Pengurangan Resiko & Pembiayaan
Konsumen	✓	✓			



Gambar 1. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas beras di Kota Mataram.

2. Jagung

Pola perdagangan jagung di Kota Mataram cukup luas dimana diperdagangkan antar kabupaten, provinsi dan

bahkan antar negara. Hasil survei lapangan ditemukan pola saluran pemasaran komoditas jagung di Kota Mataram disajikan dalam Tabel 2.

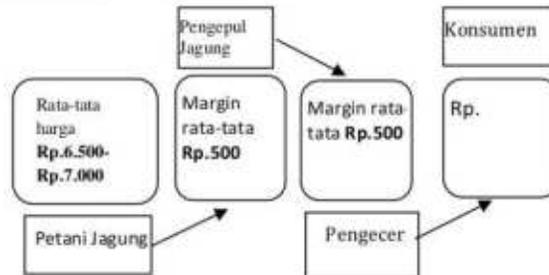
32 Tabel 2.

Jalur distribusi komoditas jagung dan fungsi pemasaran masing-masing lembaga pemasaran di Kota Mataram

Lembaga Pemasaran	Jagung		Fungsi Pemasaran	
	Jalur 1	Pertukaran	Fisik	Penyediaan Sarana
Petani Jagung	✓	Penjualan	Pengangkutan	Pengurangan Resiko
Pedagang Pengepul	✓	Penjualan & Pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Penanggulangan Resiko & Pembiayaan
Pedagang Pengecer	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Penanggulangan Resiko & Pembiayaan

Jagung yang diperdagangkan dikumpulkan dengan volume yang cukup besar pada perdagangan antar pulau baru kemudian didistribusikan ke industri lokal. Pedagang antar pulau ini merupakan kelembagaan pasar yang melakukan beberapa aktivitas seperti pengeringan dan pemipilan dan juga melakukan **1**rtasi serta grading jagung. Saluran pemasaran ini menggunakan dua lembaga pemasaran diantara produsen dan konsumen, yaitu

pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Margin Pemasaran dalam penjualan jagung di Kota Mataram rata-rata Rp.500 per kg dengan harga jual di masing masing pasar sebesar Rp.6.500- Rp.7.000 per kg, seperti yang digambarkan **Gambar 2**. Berdasarkan nilai margin pemasaran diketahui pemasaran jagung sangat efisien karena kelembagaan pasar mengambil bagian yang cukup rendah.



Gambar 2. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas jagung di Kota Mataram.

3. Kedelai

Kebutuhan industri kedelai dijalankan beberapa lembaga pasar yaitu **50** lembaga pasar yaitu pengumpul kecamatan, pedagang pengumpul kabupaten dan pedagang antar pulau. Namun, penyuplai utama dari industri kedelai adalah pedagang antar pulau sekaligus pedagang pengumpul pada tingkat kabupaten. Pedagang antar pulau memiliki peran sebagai eksportir sekaligus importir kedelai dari Jawa dan Bali serta Kabupaten lainnya.

Jalur distribusi kedelai sampai konsumen berdasarkan survei dilapangan **(Tabel 3)** menunjukkan komoditas kedelai yang beredar di Kota Mataram, ada dua jenis yaitu kedelai lokal dan kedelai impor dari Amerika. Kedelai impor banyak menjadi pilihan masyarakat untuk proses produksi tahu dan tempe (Muanah et al., 2021) jalur distribusi kedelai **42** adalah sebagai berikut : (1) Kedelai Lokal : Petani Kedelai→Pengepul→Pengecer →Konsumen, (2) Kedelai Import dari

Amerika→Pedagang Besar Antar Provinsi (Surabaya)→Pedagang Besar Lokal (Cakra dan Ampenan)→Pengrajin Tahu Tempe→Konsumen. ¹⁶ Nilai pemasaran kedelai sebesar rata-rata Rp.1.000 per kg, yaitu dengan harga jual di masing-masing pasar sebesar

¹¹

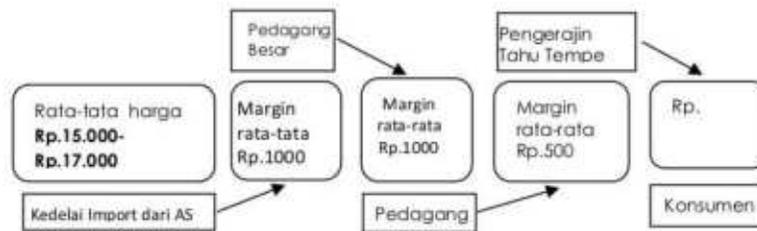
Rp.15.000-Rp.17.000 per kg. Sedangkan untuk kedelai import sebesar Rp.500 per kg (Gambar 3) (Gambar 4). Nilai margin tersebut rendah, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran kedelai di Kota Mataram masuk dalam kriteria cukup efisien.

Tabel 32 Jalur Distribusi Komoditas Kedelai dan Fungsi Pemasaran Masing-masing Lembaga Pemasaran di Kota Mataram

Lembaga Pemasaran	Kedelai		Pertukaran	Fungsi Pemasaran	
	Kedelai Lokal	Kedelai Import		Fisik	Penyediaan Sarana
Petani Kedelai.	√		Penjualan	Pengangkutan,	Penanggulangan Resiko
Import dari AS.		√	Penjualan & Pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Penanggulangan Resiko, Sortasi, Pembiayaan.
Pedagang Besar Antar Provinsi (Surabaya).		√	Penjualan & Pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan	Informasi Pasar, Penanggulangan, Pembiayaan.
Pedagang Besar Lokal (Cakra dan Ampenan).		√	Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Informasi Pasar, Penanggulangan, Pembiayaan Resiko & Pembiayaan.
Pengepul	√		Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Informasi Pasar, Penanggulangan Resiko, Pembiayaan.
Pengecer	√		Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Informasi Pasar, Penanggulangan Resiko & Pembiayaan.
Pengrajin Tahu & Tempe		√	Penjualan & pembelian	Pemrosesan	Penanggulangan Resiko & Pembiayaan.
Konsumen	√	√			



Gambar 3. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas kedelai lokal di Kota Mataram.



Gambar 4. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas kedelai import di Kota Mataram.

4. Bawang merah

Bawang merah merupakan komoditas yang diperdagangkan secara lokal dan antara pulau beberapa wilayah yang merupakan sentra pengembangan. Produksi bawang merah banyak terdapat pada beberapa kecamatan di Kabupaten Lombok Timur, Kabupaten Sumbawa dan Kabupaten Bima (Adnyana & Rahayu, 2016). Kondisi tersebut memberikan implikasi pada mobilisasi dan distribusi serta perdagangan bawang merah di Kota Mataram.

Hasil penelitian menunjukkan jalur distribusi bawang merah di Kota Mataram adalah sebagai berikut : 1).Petani Bawang Merah→Pengepul Antar Kota Kota (Bima)→Pengepul Lokal (Bertais) → Pengecer → Konsumen (Tabel 4). Jalur distribusi bawang merah melibatkan lembaga pemasaran seperti pedagang pengepul antar kota, dalam hal ini di Bima, pengepul di

pasar Mandalika dan pedagang pengecer

Perdagangan bawang merah melibatkan cukup banyak kelembagaan pasar, seperti pedagang pengumpul desa, kecamatan dan kabupaten serta pedagang antar pulau. Kelembagaan tersebut memiliki peran sebagai pengumpul dan distributor pada wilayah administrasi masing-masing. Dan keadaan ini membuat margin pemasaran kedelai tersebut rendah. Nilai pemasaran kedelai sebesar rata-rata Rp.1.000 per kg, yaitu dengan harga jual di masing-masing pasar sebesar Rp.15.000-Rp.17.000 per kg. Sedangkan untuk kedelai import sebesar Rp.500 per kg. Nilai margin tersebut rendah, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran kedelai di Kota Mataram masuk dalam kriteria cukup efisien. Gambar 5 menunjukkan margin dari komoditas bawang merah Lokal dan Import.

Tabel 4.
Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas bawang merah di Kota Mataram.

Lembaga Pemasaran	Bawang Putih		Fungsi Pemasaran		
	Jalur 1	Jalur 2	Pertukaran & pembelian	Fisik	Penyediaan Sarana
Petani bawang merah	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan	Penanggulangan Resiko, Pembiayaan
Pengepul antar kabupaten (Bima)	✓		Penjualan & pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Pengurangan Resiko, Pembiayaan
Pengepul Lokal (Bertais)	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan	Informasi Pasar, Penanggulangan resiko, sortasi, dan Pembiayaan
Pengecer	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Penanggulangan Resiko & Pembiayaan
Konsumen	✓	✓			



Gambar 5. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas bawang merah di Kota Mataram.

5. Bawang putih

Aliran bawang putih dimulai dari importir sebagai produsen utama dalam rantai pasok bawang putih. Importir mengimpor barang dari luar negeri dan berperan sebagai pemasok barang di berbagai daerah di Indonesia termasuk Kota Mataram. Bawang putih yang masuk ke Kota Mataram 100 % berasal dari importir. Pedagang besar bawang putih berasal dari Surabaya kemudian distribusikan ke pengepul yang ada di pasar Mandalika (Tabel 5).

Jalur 1 : Pedagang Besar (Surabaya)→Pengepul Lokal (Bertais)→Pengepul→Pengecer→Konsumen. Jalur 2 : Pedagang Besar (Surabaya)→Pengepul Lokal (Bertais)→ Pengecer → Konsumen.

Gambar 6 menunjukkan Pada tingkat kelembagaan pasar diperoleh margin tambahan pemasaran sebesar Rp.2.000-Rp.3.000 per kg. Dengan tingkat harga pada survei sebesar Rp. 15.000-Rp.25.000 per kg.

Tabel 5.
Rata-rata Margin yang Diperoleh Lembaga Pemasaran Pada Komoditas Bawang Putih di Kota Mataram.

Lembaga Pemasaran	Bawang Putih		Fungsi Pemasaran		
	Jalur 1	Jalur 2	Pertukaran	Fisik	Penyediaan Sarana
Pedagang Besar Antar Provinsi (Surabaya)	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan, Pemrosesan	Informasi Pasar, Penanggulangan Resiko, Pembiayaan
Pengepul Lokal (Bertais)	✓		Penjualan & Pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Penggulungan Resiko, Sortasi, Pembiayaan
Pengepul	✓	✓	Penjualan & Pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan	Informasi Pasar, Penanggulangan, Pembiayaan
Pengecer	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Penanggulangan, Pembiayaan Resiko & Pembiayaan
Konsumen	✓	✓			



Gambar 6. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas bawang putih di Kota Mataram.

6. Cabai merah besar

Lembaga distribusi cabai merah besar terdiri atas petani, pedagang pengumpul desa dan kecamatan, pedagang pengecer dan konsumen.

Tabel 6 menunjukkan hasil survei ada 2 saluran pemasaran cabai merah besar di Kota Mataram : 1). Jalur 1 : Petani Cabai→Pengepul Antar Kota

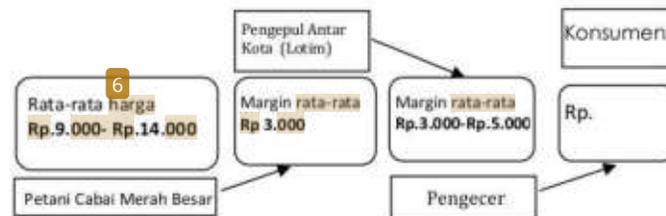
(Lotim)→Pengecer→Konsumen .2). Jalur 2: Petani Cabai→Pengecer→Konsumen.

Gambar 7 Menunjukkan nilai perdagangan cabai merah

besar di Kota Mataram berkisar antara Rp.2.000-Rp.5.000 per kg. Nilai pemasaran cabai ini masih wajar yaitu rata-rata dari harga tingkat petani. Rendahnya margin pemasaran dikarenakan oleh karakteristik cabai yang cepat rusak, sehingga kelembagaan pasar segera mendistribusikannya kepada kelembagaan pasar lain cepat mencapai konsumen. Pada kondisi struktur pasar yang berlaku, petani cabai masih cukup menerima keuntungan yang cukup.

Tabel 6.
Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas cabai merah besar di Kota Mataram.

Lembaga Pemasaran	Bawang Putih		Fungsi Pemasaran		
	Jalur 1	Jalur 2	Pertukaran	Fisik	Penyediaan Sarana
Petani Cabai	√	√	Penjualan	Pengangkutan	Penanggulangan Resiko
Pengepul Antar Kota (Lotim)	√		Penjualan & Pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Penanggulangan Resiko, Sortasi, Pembiayaan
Pengecer	√	√	Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Penanggulangan, Resiko
Konsumen	√	√			



Gambar 7. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas cabai merah besar di Kota Mataram.

7. Cabai Keriting

Lembaga distribusi terdiri atas petani, pedagang pengumpul desa dan kecamatan, pedagang pengecer dan konsumen. Masing-masing lembaga distribusi mempunyai peranan penting dalam pemasaran Cabai keriting (Tabel 7).

Berdasarkan hasil penelitian ada 2 saluran pemasaran cabai keriting di Kota Mataram sebagai berikut : 1). Jalur 1 : Petani Cabai keriting→ Pengepul AntarKota (Lotim)→ Pengecer→ Konsumen. 2).

Jalur 2 : Petani Cabai keriting→ Pengecer→ Konsumen.

Gambar 8 menunjukkan nilai margin perdagangan cabai keriting antara Rp.2.000- Rp.5.000 per kg. Nilai ini masih wajar karena rata-rata dari harga tingkat petani. Rendahnya margin pemasaran tersebut dikarenakan karakteristik cabai keriting yang cepat rusak, sehingga kelembagaan pasar lain segera mendistribusikannya kepada yang lain agar cepat mencapai konsumen. Pada kondisi struktur pasar ini petani cabai keriting masih menerima keuntungan yang cukup.

Tabel 7.

Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas cabai keriting di Kota Mataram.

Lembaga Pemasaran	Bawang Putih		Fungsi Pemasaran		
	Jalur 1	Jalur 2	Pertukaran	Fisik	Penyediaan Sarana
Petani Cabai	✓	✓	Penjualan	Pengangkutan,	Informasi Pasar, Penanggulangan Resiko, Pembiayaan
Pengepul Antar Kota (Lotim)	✓		Penjualan & Pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Penggulungan Resiko, Sortasi, Pembiayaan
Pengecer	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Penanggulangan Resiko
Konsumen	✓	✓			



Gambar 8. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas cabai keriting di Kota Mataram.

8. 3 Cabai Rawit

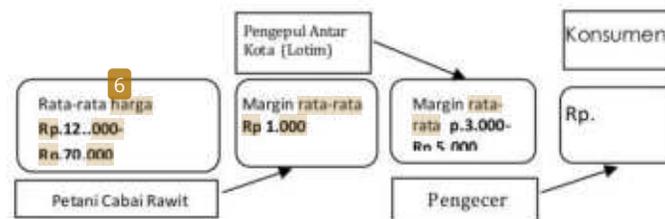
Lembaga saluran distribusi terdiri atas petani, pedagang pengumpul desa dan kecamatan, pedagang pengecer dan konsumen. Masing-masing lembaga distribusi mempunyai peranan dalam pemasaran cabe rawit (Tabel 8).

Hasil penelitian menunjukkan ada 2 saluran pemasaran cabai rawit di Kota Mataram: 1). Jalur 1 : Petani Cabai→Pengepul Antar Kota (Lotim)→Pengecer→Konsumen . 2). Jalur 2 : Petani Cabai→Pengecer→Konsumen.

Nilai margin perdagangan cabai rawit di Kota Mataram berkisar antara Rp.2.000-Rp.5.000 per kg. Nilai margin pemasaran cabai rawit ini masih wajar yaitu rata-rata dari harga tingkat petani. Rendahnya margin pemasaran tersebut dikarenakan karakteristik cabai yang cepat rusak, sehingga kelembagaan pasar lain segera mendistribusikannya kepada kelembagaan pasar lain sehingga cepat mencapai konsumen. Pada kondisi struktur pasar yang berlaku, petani cabai rawit masih cukup menerima keuntungan yang cukup.

Tabel 8.
Rata-rata Margin yang Diperoleh Lembaga Pemasaran Pada Komoditas Cabai Rawit di Kota Mataram.

Lembaga Pemasaran	Bawang Putih		Fungsi Pemasaran		
	Jalur 1	Jalur 2	Pertukaran	Fisik	Penyediaan Sarana
Petani Cabai	✓	✓	Penjualan	Pengangkutan	Penanggulangan Resiko
Pengepul Antar Kota (Lotim)	✓		Penjualan & Pembelian	Pengangkutan, Penyimpanan & Pemrosesan	Informasi Pasar, Penanggulangan Resiko, Pembiayaan
Pengecer	✓	✓	Penjualan & pembelian	Pengangkutan & penyimpanan	Penanggulangan, Resiko
Konsumen	✓	✓			



Gambar 9. Rata-rata margin yang diperoleh lembaga pemasaran pada komoditas cabai rawit di Kota Mataram.

SIMPULAN/CONCLUSION

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: 1) Komoditas beras yang beredar di Kota Mataram memiliki dua jalur distribusi : Jalur 1 : Petani Padi → Pengepul Gabah → Penggilingan Gabah → Pengepul Beras → Pengecer → Konsumen. Jalur 2 : Petani → Penggilingan Gabah → Pengecer → Konsumen. Margin pemasaran yang terlibat dalam perdagangan beras di Kota Mataram, rata-rata Rp.1.000 per kg yaitu dengan harga jual di masing-masing pasar sebesar Rp.9.000-10.000 per kg. Komoditas Jagung, memiliki satu jalur distribusi yaitu : Petani Jagung → Pengepul → Pengecer → Konsumen. Margin pemasaran yang terlibat dalam perdagangan jagung kering di

Kota Mataram rata-rata 500 per kg yaitu dengan harga jual di masing-masing pasar sebesar Rp.6.000-Rp7.000 per kg. 2) Kedelai memiliki dua jalur distribusi yang tergantung dari jenis kedelainya yaitu : Jalur 1 Kedelai Lokal; Petani Kedelai → Pengepul → Pengecer. Jalur 2. Konsumen Kedelai Import : Import dari Amerika → Pedagang Besar Antar Provinsi (Surabaya) → Pedagang Besar Lokal (cakra dan Ampenan) → Pengrajin Tahu Tempe → Konsumen. Nilai margin Pemasaran Kedelai sebesar rata-rata Rp.1.000 per kg yaitu dengan harga jual di masing-masing pasar sebesar Rp.15.000-Rp.17.000 per kg, sedangkan untuk Kedelai Import sebesar Rp.500 per kg. 3) Bawang Merah,

memiliki satu jalur distribusi : Petani Bawang Merah→ Pengepul Antar Kota (Bima)→ Pengepul Lokal (Bertais)→ Pengecer→ Konsumen. Pada tingkat kelembagaan pasar diperoleh nilai margin pemasaran sebesar Rp.5.000 per kg dengan tingkat harga saat survei sebesar Rp.50.000-Rp.60.000 per kg. 4) Komoditas Bawang Putih, memiliki dua jalur distribusi : Jalur 1 : Pedagang Besar (Surabaya)→ Pengepul Lokal (Bertais)→ Pengepul→ Pengecer→ Konsumen. Jalur 2 : Pedagang Besar (Surabaya)→ Pengepul Lokal (Bertais)→ Pengepul→ Pengecer→ Konsumen. Pada tingkat kelembagaan pasar diperoleh nilai margin pemasaran sebesar Rp.2.000-Rp.3.000 per kg. 20) ngan tingkat harga saat survei sebesar Rp.15.000-Rp.25.000 per kg. 5) Komoditas Cabai Merah Besar, Cabai Kriting, dan Cabai Rawit, memiliki jalur distribusi yang sama yaitu ada dua jalur yaitu : Jalur 1 : Petani Cabai→ Pengepul Antar Kota (Lotim)→ Pengecer→ Konsumen. Jalur 2 : Petani Cabai→ Pengecer→ Konsumen. Nilai perdagangan Cabai di Kota Mataram berkisar antara sebesar Rp.2.000-Rp.5.000 per kg. Nilai margin pemasaran cabai ini masih wajar yaitu rata-rata dari harga tingkat petani. Rendahnya margin pemasaran tersebut dikarenakan oleh sifat karakteristik cabai yang cepat rusak, sehingga kelembagaan pasar segera mendistribusikannya pada kelembagaan pasar lain sehingga cepat mencapai konsumen.

Saran

28

Peningkatan koordinasi yang lebih terstruktur dengan instansi terkait khususnya Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) dalam rangka efisiensi dan distribusi komoditas pertanian di Kota Mataram. Diperlukan *supply chain management* agar bias dipastikan proses aliran komoditas pertanian berjalan efisien dari hulu ke hilir.

9

UCAPAN TERIMA KASIH/ACKNOWLEDGEMENT

Ucapan terima kasih kepada Dinas Ketahanan Pangan Kota Mataram karena telah membiayai kegiatan penelitian ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada DR. Sukwati, SP., M.Pd, selaku pembimbing dalam yang senantiasa memberikan, bimbingan, koreksi, saran sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA/REFERENCES

- Abdurrahman, A., Rachman, M. T., & Ayu, D. P. (2019). Strategi Dinas Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Dalam Pelaksanaan Pengendalian Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Mataram. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 7(2), 139-152.
- Adny, 24) a, I. P. C., & Rahayu, M. (2016). Keragaan Usahatani Bawang Merah Di Kabupaten Lombok Timur. *Prosiding Seminal Nasional Inovasi Teknologi Pertanian*.
- Assefa, T. T. (31 15). Agricultural Product Prices. *European Review of Agricultural Economics*. <https://doi.org/10.1093/erae/jbu035>

- 17
BPS. K. M. (2020). *Jumlah Penduduk (Jiwa)*, 2014-2020 Kota Mataram. BPS Kota Mataram. <https://mataramkota.bps.go.id/indicator/12/96/1/jumlah-penduduk.html>
- BPS. K. M. (2021). *Statistik Pengeluaran Rumah Tangga Kota Mataram 2021 Berdasarkan Hasil Susenas Maret 2021*. Badan Pusat Statistik Kota Mataram. <https://mataramkota.bps.go.id/publication/2022/05/31/9f7df66be2f646a4e5d7ec19/statistik-pengeluaran-rumah-tangga-kota-mataram-2021.html>
- 8
Fallo, L. S., Setiawan, A., & Nugroho, D. B. (2020). Analisis Kebutuhan Pangan Pokok pada Provinsi-provinsi di Indonesia Menggunakan Indeks Moran Berdasarkan Metode Bootstrap. *Jurnal Sains Matematika Dan Statistika*. <https://doi.org/10.24014/jsms.v6i2.10525>
- Hernanto, N., & Saptana, N. (2018). Kebijakan Harga Beras Ditinjau dari Dimensi Penentu Harga. *Jurnal Penelitian Agro Ekonomi*. <https://doi.org/10.21082/tae.v35n1.2017.31-43>
- 18
KEMENTAN, R. I. (2020). *Kementan Terus Pantau Ketersediaan dan Distribusi Pangan di Daerah*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=4355>
- 7
Peraturan Walikota Mataram Nomor 8 Tahun 2021 tentang Petunjuk Pelaksanaan Retribusi Pelayanan Pasar, Pub. L. No. 8 (2021). [https://jdih.mataramkota.go.id/file/PERWAL NOMOR 8 TAHUN 2021 tentang Petunjuk Pelaksanaan Retribusi Pelayanan Pasar_sign.pdf](https://jdih.mataramkota.go.id/file/PERWAL%20NOMOR%208%20TAHUN%202021%20tentang%20Petunjuk%20Pelaksanaan%20Retribusi%20Pelayanan%20Pasar_sign.pdf)
- 10
Medah, M. S., & Namah, C. N. (2018). Kajian pola distribusi pangan (beras, bawang putih, kacang tanah, kacang merah, kacang hijau) di Kota Kupang. *PARTNER*. <https://doi.org/10.35726/jp.v23i2.320>
- Muanah, M., Huda, A. A., & Suwati, S. (2021). Analisis Ergonomika Lingkungan Fisik Ruang Produksi Tahu terhadap Tingkat Keamanan dan Kenyamanan Pekerja di Kelurahan Abian Tubuh Kota Mataram. *Jurnal Keteknik Pertanian Tropis Dan Sistem*. <https://doi.org/10.21776/ub.jkptb.2021.009.02.10>
- Nugroho, D. (2022). Analisis Efisiensi Usaha Tani Padi dan Efisiensi Pemasaran Padi/Beras di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Proboinggo. In *Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang*.
- 26
Ruauw, E. (2015). Kajian distribusi pangan pokok beras di kabupaten kepulauan talaud. *RI-SOSIOEKONOMI*. <https://doi.org/10.35791/agrsos.ek.11.1.2015.7342>
- 19
Sugiono, P. D. (2014). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif.pdf. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- 2
Tomek, W. G., & Kaiser, H. M. (2017). *Agricultural Product Prices, Fifth Edition*. In *Agricultural Product Prices, Fifth Edition*. <https://doi.org/10.7591/9780801471117>
- 13
Wijayati, P. D., Harianto, N., & Suryana, A. (2019). Permintaan Pangan Sumber Karbohidrat di Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*. <https://doi.org/10.21082/akp.v17n1.2019.13-26>

ANALISIS DISTRIBUSI KEBUTUHAN PANGAN POKOK HASIL PERTANIAN DI KOTA MATARAM TAHUN 2022

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.unsrat.ac.id Internet	188 words — 4%
2	media.neliti.com Internet	118 words — 2%
3	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	59 words — 1%
4	bappeda.kebumenkab.go.id Internet	49 words — 1%
5	bkp.pertanian.go.id Internet	46 words — 1%
6	Munawir Muhammad, Fatmawati Fatmawati, Abdul Haris Din. "Analysis of Distribution and Marketing Margin of Topo Local Shallots in North Tidore District, Tidore Islands City", Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 2020 Crossref	43 words — 1%
7	jdih.mataramkota.go.id Internet	37 words — 1%
8	ojs.unik-kediri.ac.id Internet	35 words — 1%

9	eprints.ipdn.ac.id Internet	33 words — 1%
10	ejurnal.undana.ac.id Internet	28 words — 1%
11	id.123dok.com Internet	27 words — 1%
12	www.harapanrakyat.com Internet	27 words — 1%
13	journal.unpad.ac.id Internet	26 words — 1%
14	jkptb.ub.ac.id Internet	25 words — 1%
15	Muhammad Helmy Abdillah, Lidwina Reni Handika, Muhammad Reza. "Analisis Sistem Tataniaga Beras Siam Banjar di Kecamatan Mandastana Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan", Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian, 2022 Crossref	24 words — < 1%
16	Sutandi Sutandi. "MODEL JARINGAN RANTAI PASOK PASAR TRADISIONAL UNTUK KOMODITAS GULA KRISTAL PUTIH DI PROVINSI JAWA BARAT", Jurnal Logistik Indonesia, 2018 Crossref	24 words — < 1%
17	repository.ummat.ac.id Internet	22 words — < 1%
18	jurnal.unej.ac.id Internet	21 words — < 1%

19	jurnal.unived.ac.id Internet	20 words — < 1%
20	dokumen.tips Internet	18 words — < 1%
21	surabaya.tribunnews.com Internet	18 words — < 1%
22	es.scribd.com Internet	17 words — < 1%
23	jurnal.unigal.ac.id Internet	15 words — < 1%
24	ejurnal.litbang.pertanian.go.id Internet	14 words — < 1%
25	etd.repository.ugm.ac.id Internet	14 words — < 1%
26	publikasiilmiah.unwahas.ac.id Internet	14 words — < 1%
27	savana-cendana.id Internet	14 words — < 1%
28	www.hargasumut.org Internet	14 words — < 1%
29	cinta-museum.blogspot.com Internet	12 words — < 1%
30	lensawisatadanbudaya.blogspot.com Internet	12 words — < 1%

31	munin.uit.no Internet	12 words — < 1%
32	repository.ub.ac.id Internet	12 words — < 1%
33	repository.unisba.ac.id:8080 Internet	12 words — < 1%
34	123dok.com Internet	11 words — < 1%
35	localisedgs-indonesia.org Internet	11 words — < 1%
36	mataramkota.bps.go.id Internet	11 words — < 1%
37	Widya Syafitri, Nazamuddin, Sartiyah. "How the Covid-19 Pandemic Affects the Prices of Strategic Commodities in Indonesia", International Journal of Economics, Business and Management Research, 2022 Crossref	10 words — < 1%
38	daerahkalian.blogspot.com Internet	10 words — < 1%
39	doaj.org Internet	10 words — < 1%
40	issuu.com Internet	10 words — < 1%
41	repositori.usu.ac.id Internet	10 words — < 1%

42 Ahmad Nur Rizal, Rosda Malia, Wandii, . "ANALISIS SALURAN PEMASARAN BAWANG MERAH KELOMPOK TANI BOJONG DESA GUDANG KECAMATAN CIKALONGKULON KABUPATEN CIANJUR", AGRITA (AGri), 2021
9 words — < 1%
Crossref

43 Yuliahwati E Salampessy, Natelda R Timisela, Yolanda M. T. N. Apituley. "SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT DAN BAWANG MERAH DI KOTA AMBON", Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan, 2019
9 words — < 1%
Crossref

44 bulukumbakab.bps.go.id
9 words — < 1%
Internet

45 conference.unsri.ac.id
9 words — < 1%
Internet

46 jurnal.kaputama.ac.id
9 words — < 1%
Internet

47 jurnal.ugr.ac.id
9 words — < 1%
Internet

48 kaltim.tribunnews.com
9 words — < 1%
Internet

49 zonamakan.com
9 words — < 1%
Internet

50 Sahibul Khafi Hamid. "Analisis efisiensi pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Kota Tual Provinsi Maluku", Agrikan: Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan, 2012
8 words — < 1%
Crossref

51 docobook.com

Internet

8 words — < 1%

52 lampung.litbang.pertanian.go.id
Internet

8 words — < 1%

53 tekno.kompas.com
Internet

8 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF