

ABSTRAK

ANALISIS PEMASARAN PADI, HARGA POKOK PENJUALAN BERAS, DAN NILAI TAMBAH PADI MENJADI BERAS DI KECAMATAN SEPUTIH RAMAN KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

Oleh

I PUTU YOGI ADI SAPUTRA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pemasaran padi, menghitung harga pokok penjualan beras, dan nilai tambah dari hasil pengolahan padi menjadi beras. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Seputih Raman, Kabupaten Lampung Tengah. Pengumpulan data dilakukan bulan Juni-Agustus 2019. Analisis data pemasaran menggunakan model SCP(Structure, Conduct, Performance), harga pokok penjualan menggunakan perhitungan Mulyadi dan Aturan Margin dari Koutsoyanis dan nilai tambah menggunakan perhitungan Hayami. Hasil penelitian pemasaran menunjukkan ada 2 saluran pemasaran di Kecamatan Seputih Raman, yang pertama adalah dari petani tengkulak dan penggilingan padi. Saluran pemasaran kedua adalah petani dan penggilingan padi. Penentuan harga gabah ditetapkan oleh pedagang pengumpul dengan sistem pembayaran yang dilakukan secara tunai, tunda bayar dan pinjam di awal, serta tidak ada kecurangan dalam setiap transaksi pemasaran. Margin pemasaran yang didapatkan pada tingkat petani sebesar Rp 191/Kg dan tingkat tengkulak sebesar Rp 172/kg. Harga pokok penjualan beras perkilogram dengan margin keuntungan 7,73% sebesar Rp 9057 untuk penggilingan Wayan, Rp 9059 untuk penggilingan Karlin, Rp 9136 untuk penggilingan Ghani. Hasil pengolahan padi menjadi beras memiliki nilai tambah masing-masing yaitu penggilingan Wayan sebesar Rp 512,55, penggilingan Karlin sebesar Rp520,14, dan penggilingan Ghani sebesar Rp439,44.

Kata Kunci: Pemasaran, Harga pokok penjualan, Nilai Tambah.

ABSTRACT

ANALYSIS OF RICE MARKETING, MAIN PRICE OF RICE SALES, AND THE VALUE OF ADDITIONAL RICE TO RICE IN SEPUTIH RAMAN SUBDISTRICT, LAMPUNG TENGAH DISTRICT

By

I PUTU YOGI ADI SAPUTRA

This study aims was determine the rice marketing system, calculate the cost was sold, and the added value of processing rice into rice. The method used in this research a survey method. The determination of the location of this research was done purposively. This research was conducted in Seputih Raman Subdistrict, Central Lampung District. Data collection was carried out in June-August 2019. Marketing data analysis used the SCP (Structure, Conduct, Performance) model, cost of goods sold using Mulyadi calculations and margin rules from Koutsoyianis and added value using Hayami calculations. The results of marketing research. Should that were the marketing channels in Seputih Raman Subdistrict were two marketing channels, namely from farmers→ middlemen → rice mills, and farmers→ rice mills. Pricing of unhulled rice was determined by collector traders with a payment system made in cash, delayed payments and early borrowings, and there was no fraud in any marketing transactions. The marketing margin obtained at the farmer level was Rp 191 / Kg and middleman level of Rp 172 / kg. The cost of goods sold per kilogram of rice with a profit margin of 7.73% of Rp 9057 for Wayan mill, Rp 9059 for Karlin mill, Rp 9136 for the Ghani mill. The results of processing rice into rice have added value respectively, namely the Wayan mill of Rp 512.55, Karlin's milling is Rp520.14, and Ghani's milling is Rp439.44.

Key words: *Marketing, Cost of Production, Value Added*