

Muhammad Tenri Ajeng, Azisah, Abd Asis Pata :
Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung
Kabupaten Maros

Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung
Kabupaten Maros

Analysis of Rice Marketing in Mangaloreng Village, Bantimurung Sub-District,
Maros District

Muhammad Tenri Ajeng¹, Azisah², Abd Asis Pata³

muhammadtenriajeng100421@gmail.com, 42154h@umma.ac.id,
asis.pata64@gmail.com

^{1,2,3} **Program Studi Agribisnis, Universitas Muslim Maros**

ABSTRAK

Sistem pemasaran beras di desa mangaloreng terbilang sederhana dan terpusat pada pedagang pengepul lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan april-juli 2024, berlokasi di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Jenis penelitian ini Analisis deskriptif data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari sumber data yang langsung memberikan data kepada pengepul data. Dalam penelitian ini metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode snowball sampling yang dilakukan dengan menelusuri saluran pemasaran beras. Adapun jumlah keseluruhan sampel sebanyak 11 yang terdiri dari 1 pabrik beras, 1 pedagang besar, 4 pedagang pengecer dan 5 konsumen akhir. Hasil penelitian saluran pemasaran, margin dan tingkat efisiensi yang ada di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros adalah sebagai berikut: 1) Untuk saluran pemasaran yang ada pada penelitian ini terdiri atas 3 saluran pemasaran yaitu: (a) Produsen Beras – Konsumen akhir (b) Produsen Beras - Pedagang Pengecer – Konsumen akhir (c) Produsen Beras – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir. Margin tertinggi adalah saluran pemasaran III sebesar Rp.3000 karena melibatkan pedagang besar, pedagang pengecer lalu konsumen. Nilai margin total dapat digunakan dalam mengetahui efisiensi suatu pola pemasaran. Pola saluran pemasaran I, II dan III termasuk dalam kategori efisien, hal ini dikarenakan nilai presentase ketiga saluran berada pada rentan 0 - 33 % .

Kata kunci: Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Beras

ABSTRACT

The rice marketing system in Mangaloreng village is relatively simple and focuses on local traders. The aim of this research is to determine marketing channels, marketing margins and the level of marketing efficiency in Mangaloreng Village, Bantimurung District, Maros Regency. This research was carried out in April-July 2024, located in Mangaloreng Village, Bantimurung District, Maros Regency. This type of research is descriptive analysis of the data used in this research is primary and secondary data. Primary data is obtained from data sources

Muhammad Tenri Ajeng, Azisah, Abd Asis Pata :
Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung
Kabupaten Maros

that directly provide data to data collectors. In this research, the sampling method used was the snowball sampling method which was carried out by tracing rice marketing channels. The total number of samples was 11 consisting of 1 rice factory, 1 wholesaler, 4 retailers and 5 final consumers. The results of research on marketing channels, margins and efficiency levels in Mangaloreng Village, Bantimurung District, Maros Regency are as follows: 1) The marketing channels in this research consist of 3 marketing channels, namely: (a) Rice Producers - Final Consumers (b) Rice Producers - Retailers - Final Consumers (c) Rice Producers - Wholesalers - Retailers - Final Consumers. The highest margin is marketing channel III of IDR 3,000 because it involves wholesalers, retailers and consumers. The total margin value can be used to determine the efficiency of a marketing pattern. Marketing channel patterns I, II and III are included in the efficient category, this is because the percentage value of the three channels is in the range of 0 - 33%.

Keywords: *Marketing Channels, Marketing Margin, Marketing Efficiency, Rice*

PENDAHULUAN

Beras merupakan bahan pangan pokok bagi penduduk Indonesia yang memberikan energi dan zat gizi yang tinggi. Peran beras, selain sebagai sumber pangan pokok juga menjadi sumber penghasil bagi petani dan kebutuhan hidup sehari-hari bagi jutaan penduduk. Beras juga bisa dijadikan sebagai komoditi politik karena keberadaannya tidak dapat digantikan oleh komoditas lain dan harus dalam jumlah yang memadai. Meskipun pemerintah telah mengupayakan diversifikasi pangan, namun sampai saat ini belum mampu mengubah preferensi penduduk terhadap bahan pangan beras (Kusnanto, dkk 2016)

Sulawesi Selatan yakni salah satu lumbung padi nasional. Selama beberapa tahun terakhir, Sulawesi Selatan termasuk dalam lima provinsi penghasil padi terbesar di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) Sulawesi Selatan (Sulsel) mencatat luas lahan panen padi di provinsi itu pada 2023 mencapai 970 ribu hektare lebih dengan produksi padi sebesar 4,88 juta ton gabah kering giling (GKG) (Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2023).

Selain itu untuk produksi padi gabah kering giling itu jika dikonversikan menjadi beras yaitu sekitar 2,80 juta ton," kata Kepala BPS Sulsel Aryanto. Sementara luas panen padi pada Januari 2024 mencapai 6,66 ribu hektare, dan potensi panen sepanjang Februari hingga April 2024 diperkirakan seluas 238,67 ribu hektare. "Dengan demikian, total luas panen padi pada Subround Januari–April 2024 diperkirakan mencapai 245,33 ribu hektare, atau mengalami penurunan sekitar 81,44

Muhammad Tenri Ajeng, Azisah, Abd Asis Pata :
Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung
Kabupaten Maros

ribu hektare (24,92 persen) dibandingkan luas panen padi pada Subround Januari–April 2023 yang sebesar 326,77 ribu hektar," katanya. Untuk produksi padi di Provinsi Sulawesi Selatan sepanjang Januari atau mengalami penurunan sebanyak 483,78 ribu ton GKG (9,03 persen) dibandingkan 2022 yang sebesar 5,36 juta ton GKG (Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2023).

Adapun, di wilayah Kabupaten Maros Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Maros, Provinsi Sulawesi Selatan (Sulsel) merupakan salah satu sentra padi di Sulawesi Selatan yang memiliki produktivitas di atas rata-rata provinsi, yakni 5,8 ton. Maka dari itu, Kabupaten Maros juga memiliki potensi luas lahan padi mencapai 26.617 hektare yang mampu memperkuat ketahanan pangan lokal maupun nasional. Dengan potensi yang besar tersebut, Kepala Dinas Tanaman Pangan Kabupaten Maros, Agustam optimis dapat memenuhi kebutuhan beras di masa panen raya pada Februari 2024 ini. Ia menyebut, angka 5,8 ton bisa bertambah seiring dengan besarnya perhatian dari Kementerian Pertanian untuk menggenjot produktivitas (Fachri, 2023). Maka dari itu pentingnya bagaimana tindak lanjut setelah panen, untuk petani mengetahui saluran pemasaran hasil panen atau produksi.

Menurut Shofi, (2015) saluran pemasaran merupakan hasil pertanian atau suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Pemasaran adalah jumlah kegiatan yang terlibat dalam mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Fungsi utama pemasaran adalah mempromosikan dan memfasilitasi pertukaran. Melalui pemasaran, individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara mempertukarkan produk dan jasa dengan pihak lain. Proses seperti itu hanya dapat terjadi jika setidaknya ada dua pihak yang masing-masing memiliki sesuatu untuk ditawarkan (Aziz, M. A., 2023).

Banyaknya jenis saluran pemasaran dari tingkat petani hingga konsumen akhir akan berpengaruh terhadap besar perbedaan harga produk yang diterima oleh produsen dan harga produk yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Menurut Arbi dkk

(2018), semakin pendek saluran pemasaran dari suatu barang hasil pertanian maka akan mengakibatkan biaya pemasaran semakin rendah, margin pemasaran juga akan semakin rendah, dan harga yang harus dibayarkan konsumen juga semakin rendah serta harga yang diterima produsen akan semakin tinggi, sehingga saluran pemasaran tersebut akan semakin efisien.

Umumnya petani di Desa Mangaloreng memasarkan hasil produksinya kepada pedagang pengumpul setempat, dimana pedagang pengumpul setempat mampu menampung jumlah beras dalam jumlah yang besar. Pedagang pengumpul di Desa Mangaloreng umumnya menyediakan alat penggilingan, sehingga petani dapat membawa langsung hasil produksi yang masih berbentuk gabah untuk langsung dipasarkan kepada mereka. Kemudian pedagang pengumpul mendistribusikan beras kepada konsumen akhir dan pedagang pengecer setempat ataupun yang berada di daerah lain. Berdasarkan latar belakang maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana saluran pemasaran beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros?. Berapa besar margin pemasaran beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros?. Berapa Tingkat efisiensi pemasaran beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros?. Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui saluran pemasaran di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Untuk mengetahui margin pemasaran. di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Mangaloreng, Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros. Penelitian ini akan berlangsung selama empat bulan April sampai dengan Juli 2024

Metode Penentuan Sampel

Metode Penentuan Sampel yang dilakukan adalah Pada metode snowball sampling yang dilakukan dengan menelusuri saluran pemasaran beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros, pabrik beras sebagai sampel pertama yang kemudian akan diperoleh informasi mengenai lembaga

pemasaran yang terkait dalam saluran pemasaran Jenis dan Sumber Data tersebut hingga diperoleh lembaga pemasaran terakhir yang menyalurkan ke konsumen. Adapun jumlah keseluruhan sampel sebanyak 11 yang terdiri dari 1 pabrik beras, 1 pedagang besar, 4 pedagang pengecer dan 5 konsumen akhir.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Dalam penelitian tersebut, akan digunakan dua jenis data, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data kualitatif adalah data yang bersifat deskriptif dan tidak dinyatakan dalam bentuk angka, melainkan dalam bentuk kata-kata atau narasi.
2. Data Kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau bilangan yang dapat diukur atau dihitung. Data kuantitatif ini digunakan untuk mengukur variabel dan hubungan antar variabel dalam penelitian

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Penelitian menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informasi mengenai topik penelitian sebagai data primer.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen seperti data yang didapatkan dari BPP (Balai penyuluhan Pertanian).

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan kuisioner yang berisikan beberapa pertanyaan berkaitan dengan penelitian dan juga melakukan observasi langsung ketempat penelitian.

- a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti

dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah respondent sedikit atau kecil.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

c. Dokumentasi

Dokumentasi teknik pengumpulan data yang berupa tulisan, foto atau karya monumental dari seseorang. Dokumentasi tertulis seperti catatan harian, biografi, cerita, peraturan serta kebijakan

Analisis Data

Analisis Margin Pemasaran Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani belimbing manis dengan harga yang dibayarkan oleh Menurut Arbi dkk (2018), berikut merupakan rumus perhitungan analisis margin pemasaran :

a. Analisis Margin Pemasaran

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana :

MP = Margin pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen

Pf = Harga di Tingkat Produsen

b. Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dirumuskan (Lisanty, dkk, 2020) Sebagai Berikut:

$$Ep = \frac{pr - pf}{pr} \times 100\%$$

Dimana:

Ep: Efisiensi Pemasaran (presentase yang di terima petani)

Pf: Harga di tingkat produsen (Rp/Kg)

Pr: Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Dengan kaidah keputusan:

a) 0 – 33% = Efisien

b) 34 – 67% = Kurang Efisien

c) 68 – 100% = Tidak efisien

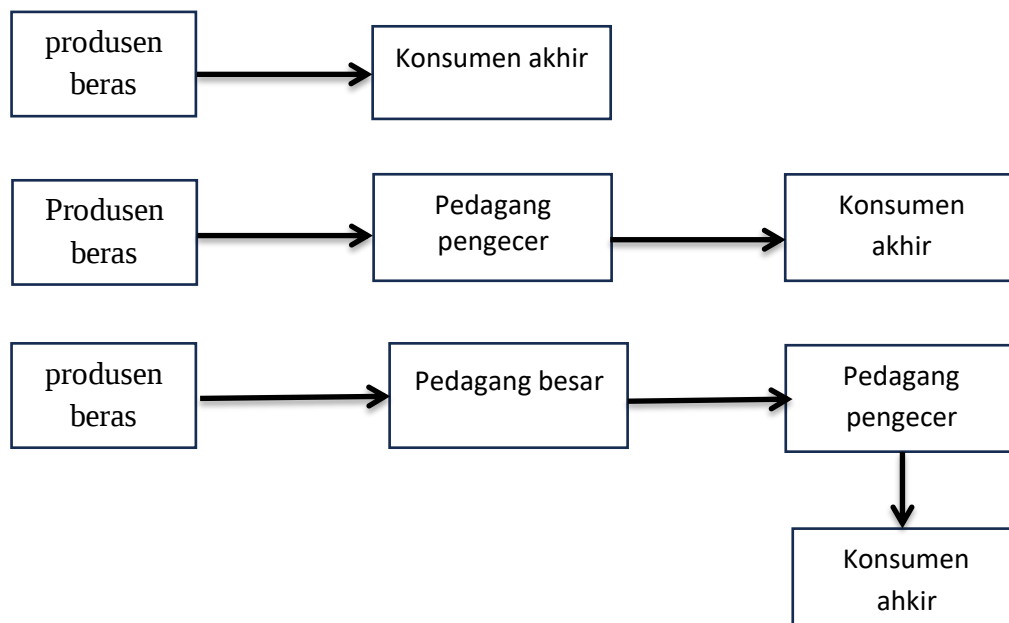
HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan perantara khusus antara produsen dan konsumen. Artinya tanpa saluran distribusi, barang yang diproduksi oleh produsen tidak dapat sampai ke konsumen (Kurniawan, dkk, 2019).

Suatu komponen bauran pemasaran merupakan bagian dari saluran distribusi yang menjadi lokasi atau tempat terjadinya keputusan pemasaran perusahaan dalam menempatkan dalam menyalurkan produk yang diproduksi disuatu perusahaan, pada waktu dan tempat yang disepakati (Siregar, 2020). Dari pengertian diatas ditarik kesimpulan alur pendistribusian menjadi sesuatu yang sangat penting dalam pendistribusian produk/jasa dari pengawalan produk (produsen) ke konsumen guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Tujuan lembaga pemasaran ini yaitu.Saluran pemasaran merupakan gabungan beberapa organisasi yang saling terhubung dalam rangka menyalurkan barang kepada konsumen, yang tercangkup dalam pembuatan barang produk serta jasa yang ada untuk dikonsumsi konsumen.

Dengan melihat kondisi saluran pemasaran di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Saluran pemasaran merupakan hal terpenting bagi produsen dalam menyalurkan produksinya agar bisa dimanfaatkan oleh konsumen dan orang banyak. Ada dua saluran pemasaran usahatani padi di Desa Berangas. Saluran pemasaran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 6. Saluran Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng

Muhammad Tenri Ajeng, Azisah, Abd Asis Pata :
Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung
Kabupaten Maros

Saluran pemasaran 1 terdiri dari produsen beras dan konsumen akhir. Pada saluran ini merupakan pemasaran langsung dimana pemilik pabrik beras langsung berhubungan dengan konsumen akhir, bentuk saluran ini sangat mudah untuk di lalui dan di lakukan oleh pemilik pabrik beras yang ada di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Berdasrkan penelitian ini pemilik pabrik beras melakukan penjualan langsung tanpa adanya perantara, tipe ini terjadi sewaktu-waktu manakalah konsumen membutuhkan beras untuk kebutuhan hidupnya. Bentuk saluran langsung dapat meningkatkan pendapatan pemilik pabrik beras karena biaya pemasaran sedikit dan bentuk saluran pemasaran yang pendek membuat pemilik pabrik beras mendapatkan keuntungan.

Pada saluran II terdiri dari produsen beras, pedagang pengecer kemudian konsumen akhir. Sistem pemasaran pada saluran ini dilakukan oleh pemilik pabrik beras dimana pemilik pabrik beras menjual hasil produksinya kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer menjual kembali beras ke konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa beberapa pedagang yang berada di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros adalah pedagang pengecer dimana pedagang tersebut menjual produksinya ke konsumen akhir dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil pembelian sebelumnya.

Pada saluran III terdiri dari produsen beras, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Seperti gambar pada saluran III yaitu pabrik beras menjual hasil produksinya ke pedagang besar lalu pedang besar menjual ke pedagang pengecer maupun konsumen akhir. Berdasarkan hasil analisis distribusi beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros maka saluran pemasaran beras lebih dari satu saluran pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros sudah menunjukkan adanya lembaga pemasaran berdasarkan saluran pemasaran yang dilakukan responden.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran diartikan sebagai selisi harga antara di tingkat produsen dengan harga ditingkat konsumen. Dalam analisis margin atau selisih harga pemasaran berfungsi untuk mendapatkan hasil biaya pemasaran di setiap kegiatan

Muhammad Tenri Ajeng, Azisah, Abd Asis Pata :
Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung
Kabupaten Maros

pemasaran, pendapatan keuntungan dari setiap lembaga pemasaran perantara dan harga yang di terima oleh petani. Margin pemaaran digunakan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari setiap pelaku usaha pemasaran yang terkait dalam pemasaranatau distribusi (Dedi Rahman, 2014).

Berdasarkan data yang di peroleh melalui wawancara dan kuisioner terdapat lembaga pemasaran, diperoleh data dan informasi tentang harga penjualan dan harga pembelian masing-masing lembaga pemasaran dengan uraian sebagai berikut pabrik beras Desa Mangaloreng, Kecamatan Bantimurung, Pabrik beras menjual kepada konsumen akhir dengan harga Rp 13.000/Kg sedangkan pabrik beras menjual hasil kepada pedagang pengecer p dengan harga Rp 12.500/Kg. kemudian pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir dengan harga Rp. 13.000/kg. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Beras Dapat Dilihat Pada Tabel Berikut:

Tabel 7. Margin Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng, Kecamatan Bantimurung

No	Lembaga pemasaran	Harga beli (Rp/Kg)	Harga jual (Rp/Kg)	Total Margin (Rp)
I	-Pabrik Beras	-	13.000	
	-Konsumen Akhir	13.000	-	
II	-Pabrik Beras	-	12.500	
	-Pedagang Pengecer	12.500	14.000	1.500
	-Konsumen Akhir	14.000	-	
				1.500
III	-Pabrik Beras	-	11.000	
	-Pedagang Besar	11.000	12.200	1.200
	-Pedagang Pengecer	12.200	14.000	1.800
	-Konsumen Akhir	14.000	-	
Total				3.000

Sumber : Data Primer diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 7. Margin pemasaran di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Untuk margin pemasaran beras saluran I tidak ada karena produsen langsung menjual beras ke konsumen akhir tanpa perantara. Adapun margin pemasaran beras pada saluran II yaitu sebesar Rp. 1.500/kg dan untuk margin pemasaran beras pada saluran III sebesar Rp.1.800/kg dengan total margin keseluruhan sebesar Rp.3.000/kg.

Efisiensi Pemasaran

Sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil- hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen (Ezra Sallata, 2023). Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Dapat Dilihat Pada Tabel Berikut:

Tabel 8. Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng, Kecamatan Bantimurung

No	Keterangan	Harga tingkat konsumen (Rp/Kg)	Harga tingkat produsen (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1	Saluran pemasaran I	13.000	13.000	0
2	Saluran pemasaran II	14.000	12.500	10,71
3	Saluran pemasaran III	14.000	11.000	21,42

Sumber : Data Primer diolah, 2024.

Berdasarkan Tabel 8. dapat diketahui bahwa persentase Margin total pada saluran pemasaran I yaitu langsung dari petani ke Konsumen tanpa perantara didapatkan presentase sebesar 0%, pada saluran pemasaran II dengan penyaluran melalui lembaga perantara atau Pengecer didapatkan presentase sebesar 10,71%, dan pada saluran pemasaran III dengan penyaluran melalui Pedagang pengumpul/besar kemudian ke pedagang pengecer kemudian dijual kepada konsumen akhir didapatkan persentase sebesar 21,42% didapatkan persentase sebesar 59%.

Dalam penelitian Nurhayati dkk (2020), hasil pemasaran produksi usaha tani padi di desa Berangas Kecamatan Pulau Laut Timur Kabupaten Kotabaru sebagai berikut;1)ada dua saluran pemasaran beras di desa Beranga, yaitu saluran I (petani-penggilingan-pedagang besar-konsumen) dengan sebesar 33,33% dan saluran II (petani - penggilingan - pedagang pengecer - konsumen) dengan sebesar 66,67%.2) Saluran I margin sebesar Rp.4.500,00/Kg farmers share sebesar 62,05% dan efisiensi sebesar 14,00%, saluran II diperoleh margin sebesar Rp.3.200,00/Kg, farmer share sebesar 70,09% dan efisiensi pemasaran sebesar 11,05%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Ada 3 saluran pemasaran yang di lalui pemasaran beras oleh pabrik beras di lokasi penelitian, yaitu saluran pemasaran I : Pabrik–Konsumen akhir, saluran

Muhammad Tenri Ajeng, Azisah, Abd Asis Pata :
Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung
Kabupaten Maros

pemasaran II : Pabrik beras– Pedagang Pengecer – Konsumen dan saluran
pemasaran III : Pabrik beras – Pedagang Pengecer –Konsumen Akhir.

2. Margin tertinggi adalah saluran pemasaran III sebesar Rp.3000 karena melibatkan pedagang besar, pedagang pengecer lalu konsumen.
3. Hasil efisiensi pemasaran beras di Desa Mangaloreng, Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros saluran I,II dan III efisien karena berada diantara rentan 0-33%

Saran

Saran yang dapat di berikan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan ini adalah:

1. Produsen yang ada di Desa Mangaloreng, Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros sebaiknya aktif dalam promosi agar konsumen mengetahui akan penjualan Beras dan keuntungan pun semakin meningkat.
2. Diharapkan lebih sering di sebar sebuah informasi lewat media sosial terkait beras disertakan dengan kualitas.
3. Produsen harus lebih cermat dalam menentukan harga agar perbedaan harga di tingkat pengecer dan konsumen tidak berbeda jauh.

DAFTAR PUSTAKA

- Arbi, M., Thirtawati, T., & Junaidi, Y. (2018). Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *Jsep (Journal Of Social And Agricultural Economics)*, 11(1), 22-32.
- Aziz, M. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Beras Dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Kasus: Cv. Rahmat Jaya. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, 2(2), 25-35.
- Badan Pusat Statistik 2023 Luas Panen Padi Di Sulawesi Selatan. <https://Ekonomi.Republika.Co.Id/Berita/S9tau6457/Bps-Luas-Panen-Padi-Sulsel-Capai-970-Ribu-Hektare-Tahun-Lalu>.
- Dedi, Rahman (2014). Dampak Kebijakan Perberasan Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia. Bogor Agricultural University (Ipb).
- Ezra Sallata 2023. Analisis Pemasaran Kacang Tanah Di Desa Sambueja Kecamatan Simbang Kabupaten Maros Provinsi Sulawesi Selatan .<https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/8642/2023%20EZRA%20SALLATA%204519033004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Muhammad Tenri Ajeng, Azisah, Abd Asis Pata :
Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangaloreng Kecamatan Bantimurung
Kabupaten Maros

- Fachri 2023 Produksi Padi Meningkat, Beras Dari Kabupaten Maros Siap Banjiri Pasar Nasional. <https://Www.Liputan6.Com/Bisnis/Read/5535063/Produksi-Padi-Meningkat-Beras-Dari-Kabupaten-Maros-Siap-Banjiri-Pasar-Nasional?Page=2>
- Kusnanto, Dkk. 2016. Analisis Pemasaran Padi Di Desa Raja Bajemu Kecamatan Sinaboi Kabupaten Rokan Hilir, Pekbis Jurnal, Vol 8 (1); 14-23.
- Kurniawan Irwan, Hadi Syamsu, Sakitri Wijar. (2019). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Skala Usaha Dan Saluran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha. Jurnal. Economic Education Analysis Journal, Vol 8 No 1.
- Lisanty, N., Sutiknjo, T. D., Artini, W., & Pamujiati, A. D. (2020). Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Desa Sentra Produksi Kabupaten Nganjuk Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Management Agribisnis (Jimanggis)*, 1(2), 69–86.
- Shofi Fikri, 2015 Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Beras Di Kelurahan Tettikenrarae Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng.
- Siregar Nur Hikma. (2020). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Karet Di Desa Batu Tambun Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawes Utara (Doctoral Dissertation, Iain Padang Sidempuan). *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Agama Islam Negeri Padangsidempuan.