

PEMODELAN SISTEM SALURAN PEMASARAN BERAS HITAM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

‘Afiifah Aris Putri¹, Dyah Ismoyowati², Agung Putra Pamungkas²

¹Mahasiswa Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

²Dosen Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

INTISARI

Beras hitam yakni beras yang mengandung antosianin. Pertanian beras hitam dapat ditemukan di beberapa daerah di Indonesia, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I. Yogyakarta) dimana hasil panen terutama digunakan untuk dikonsumsi sendiri dan dipasarkan. Pada tahun 2018, hampir setengah dari petani padi hitam menghadapi masalah untuk memasarkan hasil panennya. Dilain sisi pengepul dan distributor beras hitam mengatakan membutuhkan lebih banyak pasokan beras hitam untuk memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai saluran pemasaran beras hitam serta pemodelan sistem saluran pemasaran beras hitam D.I. Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi lembaga, pola dan fungsi saluran pemasaran beras hitam, menghasilkan model sistem saluran pemasaran beras hitam dan mengetahui sistem persediaan beras hitam di D.I. Yogyakarta serta memperoleh hasil simulasi persediaan beras hitam paling minimal dan total profit lembaga pemasaran yang paling maksimal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan pemodelan dinamis dengan perangkat lunak STELLA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga pemasaran beras hitam di D.I. Yogyakarta terdiri dari petani, pengepul, distributor dan pengecer. Pola saluran pemasaran beras hitam terdiri dari 5 pola saluran, yakni Petani → Konsumen, Petani → Pengepul → Konsumen, Petani → Pengepul → Pengecer → Konsumen, Petani → Distributor → Pengecer → Konsumen, dan Petani → Pengepul → Distributor → Pengecer → Konsumen. Fungsi saluran pemasaran beras hitam di D.I. Yogyakarta terdiri dari fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fisik (penanaman, penggilingan, sortasi, pengemasan, pengangkutan dan penyimpanan) dan fasilitas (risiko, pendanaan, dan informasi pasar). Model saluran pemasaran beras hitam D.I. Yogyakarta, terdiri dari subsistem petani, pengepul, distributor, pengecer dan konsumen. Model telah diuji dengan nilai kesalahan yang dapat diterima di bawah 5% sehingga model tersebut mewakili sistem yang sebenarnya. Simulasi model dilakukan dengan 4 skenario, diantara 4 skenario model simulasi, yang terbaik adalah skenario 4 dengan persediaan minimum 10.029,8 kg dan laba maksimum Rp 1.407.251.067. Implikasinya adalah pengumpul dan distributor harus meningkatkan penjualan ke daerah lain di luar Yogyakarta.

Kata kunci: Beras hitam, Pemodelan, Saluran pemasaran

MODELING OF BLACK RICE MARKETING CHANNEL SYSTEM IN SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA

‘Afiifah Aris Putri¹, Dyah Iswowyowati², Agung Putra Pamungkas²

¹Student of Agro-industrial Technology, Universitas Gadjah Mada

²Lecturer of Agro-industrial Technology, Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

Black rice is anthocyanin-containing rice. Black rice farming can be found in several parts of Indonesia, including in Special Region of Yogyakarta (D.I. Yogyakarta) where the harvest is mainly used for self-consumption and to be marketed. In 2018, almost half of the black rice farmers facing the problem to market the harvest. On the other hand, black rice collectors and distributors expressed their needs of more supply to meet market demand. Therefore, it is necessary to do research on black rice marketing channels and modeling the black rice marketing channel system in D.I. Yogyakarta. This study aims to identify the institutions, patterns and functions of the black rice marketing channel, to produce a black rice marketing system model and find out the black rice inventory system in D.I. Yogyakarta and obtain simulation results of the most minimal black rice inventory and the maximum profit of the marketing institutions. The sampling techniques used purposive and snowball sampling. The method used is descriptive analysis and dynamic modeling with STELLA software. The results of the study show that black rice marketing institutions in D.I Yogyakarta consists of farmers, collectors, distributors and retailers. The black rice marketing channel pattern consists of 5 channel patterns, namely Farmers → Consumers, Farmers → Collectors → Consumers, Farmers → Collectors → Retailers → Consumers, Farmers → Distributors → Retailers → Consumers, and Farmers → Collectors → Distributors → Retailers → Consumers. The function of the black rice marketing channel in D.I. Yogyakarta consists of exchange functions (buying and selling), physical (planting, grinding, sorting, packaging, transportation and storage) and facilities (risk, funding, and market information). The black rice marketing channel model in D.I. Yogyakarta, consisting of subsystems of farmers, collectors, distributors, retailers and consumers. The model has been tested with an acceptable error value under 5% so that the model represents the actual system. Model simulation was carried out with 4 scenarios, among 4 scenarios model simulation, the best one was scenario 4 with the minimum inventory of 10,029.8 kg and the maximum profit of 1,407,251,067 IDR. The implication is collectors and distributors must increase the sale to other areas outside Yogyakarta.

Keywords: Black Rice, Modeling, Marketing Channel