

Strategi Pemasaran Padi dan Produk Olahan Padi Menjadi Tepung Beras Berbasis Teknologi Melalui Perangkat Desa

Didi Adriansyah¹, Nila Rusyanti², Nurul Aulia Rahimah³

^{1,2,3}Universitas Kalimantan Utara, Indonesia

¹Email Korespondensi : aularahimahhhh@gmail.com

Abstract

This study aims to identify marketing strategies for rice and processed rice products in the form of rice flour in Pura Sajau Village, Tanjung Palas Timur District, Bulungan Regency, North Kalimantan Province. The method used is qualitative descriptive research with purposive sampling technique on 24 respondents. Data were obtained through interviews, observations, and questionnaires. The results of the study indicate that rice marketing is still limited from producers directly to consumers without product diversification, processed rice flour products do not have optimal added value due to the lack of promotional strategies and the absence of product brand labels. The use of digital technology and the involvement of devices are used as strategies to improve the marketing process. Technology can help farmers access market information, expand distribution networks, and increase product competitiveness, the role of village officials is very important in bridging farmers with markets and distributors. The implementation of this strategy is expected to improve the standard of living of farmers and make processed rice flour products a superior characteristic of Pura Sajau Village.

Keywords: Rice; Marketing; Processed products

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran padi dan produk olahan padi berupa tepung beras di Desa Pura Sajau Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara. Metode yang digunakan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 24 responden. Data diperoleh melalui proses wawancara, observasi, dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran padi masih terbatas dari produsen langsung ke konsumen tanpa diversifikasi produk, produk olahan tepung beras belum memiliki nilai tambah yang optimal karena kurangnya strategi promosi dan tidak adanya label merk produk. Pemanfaatan teknologi digital dan keterlibatan perangkat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan proses pemasaran. Teknologi dapat membantu petani dalam mengakses informasi pasar, memperluas jaringan distribusi, serta meningkatkan daya saing produk, peran perangkat desa sangat penting dalam menjembatani petani dengan pasar dan distributor. Penerapan strategi ini diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup petani dan menjadikan produk olahan tepung beras sebagai ciri khas unggulan Desa Pura Sajau.

Kata Kunci: Padi; Pemasaran; Produk olahan

A. Pendahuluan

Padi merupakan salah satu tanaman pertanian yang banyak dibudidayakan dan merupakan salah satu tanaman sumber pangan utama masyarakat Indonesia yang kemudian diubah menjadi beras. Ketersediaan beras di pasaran sangat erat kaitannya dengan peningkatan dan pertumbuhan jumlah penduduk sehingga (Kurniawan *et al.*, 2023).

(Darsan & Moh Yusuf, 2021) menjelaskan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara penghasil beras terbesar ketiga di dunia dengan jumlah produksi sebesar 75,5 ton, meskipun merupakan penghasil beras terbesar ketiga di dunia, impor beras yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia setiap tahun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Impor beras ini memiliki dampak negatif yang berisiko menyebabkan fluktuasi harga, kelangkaan barang, persaingan kompetitif, dan perubahan kebijakan politik terhadap Industri Beras (Aziz, 2023).

Peningkatan hasil produktivitas padi di Indonesia merupakan suatu potensi yang dapat dimanfaatkan secara maksimal, salah satunya diolah menjadi tepung. Tepung beras dapat digunakan sebagai bahan dasar pembuatan berbagai jenis produk makanan, meningkatkan umur simpan, mempermudah proses penyimpanan, dan meningkatkan harga jual (Kurniawan *et al.*, 2023).

Pada proses pemasaran beras maupun tepung beras maka perlu dilakukan proses pemasaran. Kotler & Keller dalam menjelaskan bahwa pemasaran merupakan suatu proses perencanaan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang berdasar pada berbagai faktor pembelian, penjualan, keuangan dan sumber daya.

Desa Pura Sajau merupakan salah satu Desa di Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara yang merupakan sentra penghasil padi terbesar di Kabupaten Bulungan yang mengolahnya menjadi beras dan tepung beras. Namun proses pemasaran padi dan tepung beras di Desa Pura Sajau belum dilakukan secara maksimal sehingga perlu dilakukan upaya strategi untuk membantu meningkatkan hasil kinerja usaha tani padi dan tepung beras di Desa Sajau Hilir. Oleh karena itu salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran padi dan tepung beras yaitu dengan memanfaatkan media digital (Hidayah & Susanti, 2022).

B. Metode

Metode penentuan sampel dan lokasi pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, populasi pada penelitian ini berjumlah 24 responden yang diambil secara sengaja dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu untuk mendapatkan informasi yang representatif sehingga mempermudah proses penelitian (Nuralim & Sofatur Rizky, 2023).

Data yang diperoleh pada penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan melalui proses wawancara, observasi, dan kuesioner kepada responden serta data sekunder yang didapatkan melalui jurnal, buku, artikel, yang berkaitan dengan proses penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan analisis proses pemasaran padi dan produk olahan tepung beras di Desa Sajau Hilir Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan. Menurut (Zebua *et al.*, 2022). penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif berlandaskan pada *filsafat postpositivisme* yang digunakan untuk meneliti kondisi objek dari penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

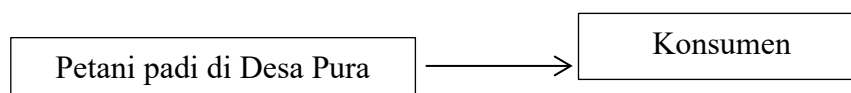
1. Pertanian Padi di Desa Pura Sajau

Desa Pura Sajau Kecamatan Tanjung Palas Timur, Bulungan. Sebagian besar masyarakat Desa Pura Sajau merupakan masyarakat dari Suku Dayak, di ikuti oleh Suku Bugis dan Tidung yang mewarnai keragaman etnik di Desa Pura Sajau. Sebagian Besar Masyarakat Desa Pura Sajau berprofesi sebagai Petani, Wiraswasta, Pegawai Negeri, dan Karyawan. Sebagian besar masyarakat Desa Pura Sajau masih bergantung pada bidang pertanian terutama pertanian padi. Padi merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan utama yang dibudidayakan oleh petani Di Desa Pura Sajau, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa padi yang dibudidayakan oleh petani di Desa Pura Sajau berasal dari dua (2) jenis utama yaitu padi sawah yang terdiri dari varietas impari 32 dan padi sawah kuning. Serta jenis padi ladang yang terdiri dari varietas lokal yakni padi miaw dan padi angga, pemilihan varietas padi tersebut didasarkan pada ketahanan padi terhadap serangan penyakit, daya saing, dan memiliki ciri khas yang unik sehingga menambah nilai jual ketika proses pemasaran.



Gambar 1. Lahan pertanian padi di Desa Pura Sajau
(Sumber: hasil penelitian, 2025)

Proses pemasaran merupakan faktor penting pada bidang pertanian, pada proses pemasaran perlu adanya proses perencanaan, penentuan harga, promosi, dan pendistribusian barang sehingga dapat memuaskan keinginan dan tujuan dari usaha (Hutabarat, 2017). Menurut (Wagiyanti., Harman. H., 2024) pada proses pemasaran perlu melewati beberapa saluran pemasaran yang meliputi (a) produsen, (b) perantara (pedagang dan agen) dan (c) konsumen akhir dan dapat dikatakan bahwa merupakan suatu rangkain yang saling terkait satu sama lain. Namun pada lokasi penelitian proses pemasaran padi hanya memiliki dua (2) saluran saja yaitu dari Produsen langsung ke tangan konsumen



Gambar 2. Saluran Pemasaran padi di Desa Pura Sajau
(Sumber: hasil penelitian, 2025)

Terdapat beberapa alasan mengapa petani menjual langsung hasil pertanian kepada konsumen, salah satunya karena petani padi di Desa Pura Sajau hanya menjual padi dalam jumlah sedikit sehingga untuk mempermudah proses pemasaran padi yang di produksi oleh petani langsung dijual kepada konsumen untuk mendapatkan penghasilan yang lebih cepat dibandingkan dengan melalui berbagai saluran pemasaran.

2. Produk olahan tepung beras

Pada proses pemasaran yang berlangsung, padi hanya dijual langsung saja kepada konsumen tanpa diolah menjadi suatu produk baru, oleh karena itu perlu adanya

pengolahan yang dilakukan untuk meningkatkan nilai jual dari padi yang dibudidayakan oleh petani di Desa Pura Sajau salah satunya dengan mengolah padi menjadi produk baru yang memiliki nilai jual tinggi yaitu tepung beras. Tepung beras merupakan salah satu produk sampingan dari pertanian padi yang kemudian diolah menjadi beras di Desa Pura Sajau Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan. Pengolahan beras menjadi tepung beras merupakan suatu proses diversifikasi pada tanaman untuk meningkatkan produktivitas tanaman, selain itu pengolahan beras menjadi tepung beras juga mampu meningkatkan nilai jual produk.

Menurut Khatir, R., Ratna, R., & Wardani, W. (2011) dalam (Kurniawan *et al.*, 2023), tepung beras merupakan produk paling sederhana dari beras, ini karena beras hanya dihancurkan hingga halus hingga menjadi tepung dan disaring untuk memisahkan serpihan beras yang tidak hancur, kemudian dikemas dan dipasarkan.



Gambar 3. Proses pengolahan beras menjadi tepung beras
(Sumber: hasil penelitian, 2025)

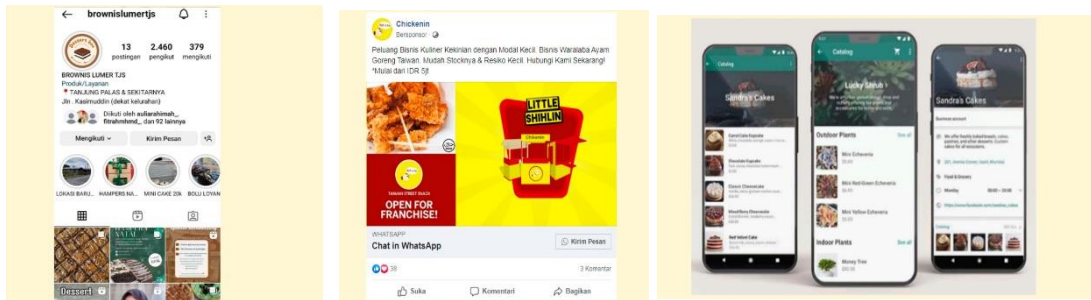
Salah satu kendala yang dihadapi petani padi di Desa Pura Sajau terletak pada strategi pemasaran yang belum dimanfaatkan secara maksimal, salah satunya produk olahan tepung beras belum memiliki label gambar produk sehingga mengurangi minat pembeli, oleh karena itu salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran produk olahan tepung beras yakni membuat label produk yang menarik dan memiliki daya jual.



Gambar 4. Produk olahan beras menjadi tepung beras

(Sumber: hasil penelitian, 2025)

Terdapat beberapa cara untuk meningkatkan proses pemasaran tepung beras sehingga dikenal banyak kalangan, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi pertanian berbasis digital, sehingga petani dapat mengakses informasi terkait cuaca, dan harga pasar sehingga dengan adanya teknologi petani dapat meningkatkan hasil



pendapatan melalui media berbasis teknologi.

Gambar 5. Pemanfaatan media sosial pada proses pemasaran padi dan produk olahan

(Sumber: hasil penelitian, 2025)

Selain itu terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan proses produk pertanian berupa padi serta produk olahan tepung beras, salah satunya dengan memanfaatkan perangkat desa sebagai jembatan untuk mengenalkan produk unggulan Desa Pura Sajau ke kalangan masyarakat luas dan membuat produk olahan berupa tepung beras menjadi salah satu ikon khas dari Desa Pura Sajau Sehingga dikenal oleh khalayak luas.

Selain itu dengan adanya bantuan dari perangkat desa maka perangkat desa dapat mendukung para petani padi dan produk olahan tepung beras kepada para distributor sehingga produk pertanian dan olahan pertanian Desa Sajau Hilir dapat masuk ke swalayan ataupun toko-toko di daerah perkotaan yang pada akhirnya akan berdampak langsung pada peningkatan taraf hidup petani di Desa Pura Sajau Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan.



Gambar 6. Foto Mahasiswa bersama petani padi di Desa Pura Sajau
(Sumber: hasil penelitian, 2025)

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran padi dan produk olahan tepung beras di Desa Pura Sajau masih belum dapat dikatakan optimal. Proses pemasaran masih terbatas pada rantai distribusi yang lebih pendek dari produsen langsung ke konsumen tanpa menggunakan rantai distribusi secara maksimal serta produk olahan tepung beras yang belum memiliki label merk dagang. Oleh karena itu untuk meningkatkan daya saing dan nilai jual produk maka diperlukan pemanfaatan teknologi digital pada proses pemasaran, keterlibatan perangkat desa, fasilitator promosi produk unggulan desa sehingga mampu meningkatkan pendapatan petani dan menjadikan produk olahan tepung beras sebagai ikon dari Desa Pura Sajau.

Daftar Pustaka

- Aziz, M. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Beras Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus : CV . Rahmat Jaya). *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman (JURRIT)*, 2(2), 25–35.
- Darsan, & Moh Yusuf, D. (2021). Strategi Pemasaran Beras Pada Agroindustri di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Viabel*, 15(1), 65–71.
- Hidayah, I., & Susanti, N. (2022). Peran Sektor Pertanian dalam Perekonomian Negara Maju dan Negara Berkembang : Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Salingka Nagari*, 1(1), 28–37.
- Hutabart, E. (2017). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MOTOR SUZUKI SATRIA FU PADA PT. SUNINDO VARIA MOTOR GEMILANG MEDAN Esterlina Hutabarat. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(1), 1299–1307.
- Kurniawan, D., Malfirah, T. D., Wira, B., Putra, U., Rusdianti, I., & Permata, A. (2023). Pemanfaatan Hasil Olahan Padi Sebagai Tepung Beras di Pasir Putih Kelurahan Teluk Dawan. *Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 140–146.
- Nuralim, & Sofatur Rizky, M. (2023). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dalam Mengatasi Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah Indonesia. *Nerasa*

Manajemen, 3(1).

- Wagiyanti., Harman. H., S. (2024). Intensitas dan Insidensi Serangan Hama Penyakit pada Tanaman Padi di Desa Enggal Rejo , Kecamatan Air Salek Intensity and Incidence of Pest Disease Attacks on Rice Plants in Enggal Rejo Village , Air Salek Subdistrict menurunkan hasil produktivitas baik k. *Journal of Global Sustainable Agriculture*, 4(2), 144–150.
- Zebua, D. P. F., Mendrofa, N. E. G. R. N., Bintang, C. V, & Gunungsitoli, K. (2022). DI CV . BINTANG KERAMIK GUNUNGSITOLI MARKETING STRATEGY ANALYSIS IN INCREASING PRODUCT SALES IN Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 , Hal . 1299-1307. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1299–1307.