ANALISIS PEMBENTUKAN HARGA BERAS PADA SALURAN DISTRIBUSI BERAS

STUDI KASUS SALURAN DISTRIBUSI BERAS KABUPATEN CILACAP

JURNAL

Oleh :

Nama : Dwi Laras Adhiningsih

Nomor Mahasiswa : 14313231

Jurusan : Ilmu Ekonomi

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

ANALISIS PEMBENTUKAN HARGA BERAS

PADA SALURAN DISTRIBUSI BERAS

STUDI KASUS SALURAN DISTRIBUSI BERAS KABUPATEN CILACAP

Dwi Laras Adhiningsih

Larasadhi2@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

ABSTRACT

Rice is a considerable commodity in Indonesian economy. One of the biggest rice producers is Cilacap Regency. The price margin in Kabupaten Cilacap is quite large. With this phenomenon, this research aims to analyze the formation of rice price in rice distribution channel of Cilacap Regency. This research is descriptive qualitative. Data used is primary data. The data were taken by interviewing several rice distributors: 2 farmers, 1 small collector, 1 medium collector, 2 big collectors, 1 big shop, 1 rice retailer in distribution channel of Cilacap Regency. This research method uses structure , conduct, and performance analysis.

The results showed that the market structure of rice in the distribution channel of Cilacap regency is a monopolistic market. Each distribution actor has a large concentration on the market, so the influence of power is high enough. The strategy used by the actors of distribution is to conduct information collaboration and collusion with disguised co-perpetrators. Indicated also barriers to market entry in the form of social capital of market participants to remain in the rice market in Cilacap regency. Furthermore, the performance of each behavior that is indicated by the difference between the price of rice that benefits the small and

big pangepul but harms the community because of the decline of the welfare of the community.

Keywords: *Rice, Pricing, distribution channels, structure, conduct, performance*

ABSTRAK

Beras merupakan komoditas yang cukup besar dalam perkonomian Indonesia. Salah satu penghasil beras terbesar adalah Kabupaten Cilacap. Margin harga pada Kabupaten Cilacap cukup besar. Dengan fenomena tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap. Penelitian ini berbentuk deskriptif kualitatif.Data yang digunakan adalah data primer. Data diambil dengan wawancara pada beberapa pelaku distribusi beras yaitu 2 petani, 1 pengepul kecil, 1 pengepul menengah, 2 pengepul besar, 1 toko besar, 1 pengecer beras pada saluran distribusi Kabupaten Cilacap. Metode penelitian ini menggunakan metode analisis struktur, perilaku, dan kinerja.

Hasil penelitian menunjukan bahwa struktur pasar beras pada saluran distribusi kabupaten cilacap adalah pasar monopolistik. Masing-masing pelaku distribusi memiliki konsentrasi yang besar pada pasar, sehingga daya pengaruh cukup tinggi. Strategi yang digunakan para pelaku distribusi adalah dengan melakukan kerjasama informasi dan melakukan kolusi terselubung dengan sesama pelaku. Terindikasi pula hambatan masuk pasar berupa modal sosial para pelaku pasar untuk tetap bertahan dalam pasar beras di Kabupaten Cilacap. Selanjutnya kinerja tiap perilaku yang diindikatorkan dari selisih harga beras yang mrnguntungkan pangepul kecil dan besar namun merugikan masyarakat karena penurunan kesejahteran masyarakat.

Kata kunci : *Beras, Penentuan harga, saluran distribusi, struktur, perilaku, kinerja*

PENDAHULUAN

Beras merupakan komoditi besar dalam sub sektor pertanian. Hampir 95% masyarakat Indonesia mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok mereka. Kabupaten Cilacap merupakan penghasil beras utama di Jawa Tengah. Produksi beras Kabupaten Cilacap terbesar ke 5 di Jawa Tengah dan merupakan terbesar ke 10 di Indonesia. Lahan sawah cukup luas di Kabupaten Cilacap. Didukung dengan petani gabah di Kabupaten Cilacap juga cukup banyak maka dari itu produksi beras di Cilacap cukup besar. Pasaran harga beras lokal penggiling padi membeli beras dari petani seharga Rp. 8.669 per kilo gram , dari penggilingan padi ke pengepul kecil Rp. 9.100 per kilo gram, pengepul kecil ke pengepul besar Rp. 9.800 per kilo gram, dan harga di toko sebesar Rp. 12.000 per kilo gram. Harga beras tersebut diambil dengan harga rata–rata semua jenis beras. Harga beras di tiga strata jalur distribusi beras yaitu penggilingan padi, pengepul kecil dan pengepul besar ada ketimpangan. Dari pengepul kecil dan pengepul besar margin harganya di sekitar 500–700 rupiah, namun pada harga toko margin harga beras terpaut jauh yaitu 2.200 rupiah. Pembentukan harga beras akibat pengaruh dari saluran pendistribusian beras menjadi problematika. Selain saluran distribusi, diduga struktur pasar pun mempengaruhi pembentukan harga. Tidak meratanya margin harga pada setiap strata distribusi. Perumusan masalah dalam penelitian

ini adalah bagaimana pola pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap sampai pada pedagang besar.

LANDASAN TEORI

PEMBENTUKAN HARGA, menurut setyowati (2013), Dalam pasar harga ditentukan oleh bertemunya penawaran dan permintaan barang. Penentuan harga paling ekstrim ada di pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli.

Pasar Persaingan Sempurna, pasar persainggan sempurna mempunyai ciri-ciri terdapat banyak penjual dana pembeli, dimana masing-masing penjual dan pembeli tidak dapat memperngaruhi harga dipasar. Semua penjual menghasikan barang yang identik (homogen) dimana barang yang dihasilkan produsen benar – benar serupa sehingga konsumen dapat membeli dari penjual mana saja tanpa khawatir produk antar penjual ada perbedaan.

Pasar Monopoli, Karakteristik pada pasar monopoli adalah hanya ada satu penjual dari suatu produk (barang atau jasa) yang tidak mempunyai alternatif produk pengganti (substitusi). Dengan hanya ada satu penjual dari suatu barang atau jasa dalam pasar maka, dalam pasar monopoli tidak ada persaingan antar penjual.

Strukur Pasar, menurut Bain (1959), struktur merupakan sebuah bentuk atau pola yang berkaitan erat dengan entitas tertentu di dalamnya, dengan adanya pengaturan terhadap pola tersebut dapat diatur dan disusun. Dalam konteks ekonomi, Bain (1959) menyatakan bahwa struktur pasar memiliki kaitan erat dengan karakteristik organisasi pada pasar tersebut. Karakteristik organisasi tersebut memilki peran penting dalam penentuan pola hubungan antar produsen dengan produsen, produsen dengan konsumen, pengaruh produsen terhadap produsen lainnya, hingga potensi masuknya produsen baru ke pasar. Karakteristik organisasi akan menciptakan karakteristik pasar dan komposisi pasar, dan memiliki pengaruh strategis dalam membentuk persaingan dan harga di pasar

Perilaku Pasar, menurut beye (2010), Perilaku pasar mengacu pada bagaimana individu perusahaan berperilaku dalam pasar. Beberapa industri pada pasar menghabiskan biaya periklanan dan penelitian pengembangan yang berbeda-beda. Selain itu, kerentanan terhadap dampak dari merger antar perusahaan di miliki dampak yang berbeda–beda pada tiap industri. Maka aktivitas ini mencakup keputusan terkait penentuan harga, periklanan, investasi dalam aktivitas penelitian dan pengembangan, maupun sejumlah keputusan lainnya pada industri.

Kolusi Terselubung , dalam pasar oligopolis ini juga terdapat kolusi terselubung. Kolusi tersebulung adalah perilaku pelaku industri yang mempunyai keinginan yang sama dalam penetapan harga dan perilaku seakan menjadi monopoli bersama. Untuk mengikat satu sama lain para pelaku industri mengadakan ikatan dalam kontrak, memperluas organisasi atau pengawasan- pengawasan lainya. Kolusi yang resmi (eksplisit) mengakibatkan para pelaku industri membangun kepercayaan dan saling tukar menukar informasi antar pelaku. Kondisi industri yang stabil dan tidak bergelojak mengakibatkan lebih efektifnya kolusi terselubung. Perubahan-perubahan dalam biaya produksi dan permintaan masyrakat terhadap produk yang dihasilkan membutuhkan penyesuaian keseimbangan baru yang sulit tercapai

Kinerja Pasar, menurut Beye (2010) kinerja pasar mengacu pada keuntungan dan kesejahteraan sosial yang dihasilkan industri tertentu. Dalam analisa Baye bahwa keuntungan di berbagai perusahaan di industri terjadi saling perbedaan. Penjualan pada industri memang menjadi faktor dalam menyoroti kinerja, namun pada konteks perusahaan–perusahaan besar keuntungan nya kecil. Sehingga dapat dikaitkan dengan peran penting lain yaitu kesejahteraan sosial, dimana suatu produk industri mendapat branding yang baik di benak pembeli sehingga berpengaruh pada penjualan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis stuktur-perilaku-kinerja. Data penelitian ini

adalah data primer yang diambil menggunakan wawancara para beberapa pelaku distribusi beras di Kabupaten Cilacap. Sumber data berasal dari 2 petani, 1 pengepul kecil, 1 pengepul menengah, 2 pengepul besar, 1 toko besar, dan 1 pengecer.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Jenis / varietas Gabah dan Beras Tanam dan Jual di Kabupaten Cilacap

Tabel 1

Jenis atau Varietas Gabah dan Beras

Menurut Hasil Tanam Petani Di Kabupaten Cilacap

No	Nama Jenis / Varietas
1	IR 64
2	Cilamaya
3	Muncul
4	HT
5	Legawa

Sumber : Data Hasil Wawancara

Jenis atau varietas pada Tabel 1 mempunyai umur tanaman yang berbeda. Jenis atau varietas padi IR 64 mempunyai umur tanaman 115 hari dari mulai masa penanaman bibit hingga panen. Jenis atau varietas padi cilamaya mempunyai umur tanaman 145 hari dari penanaman bibit hingga panen. Jenis atau varietass padi muncul mempunyai umur tanaman 145 hari dari mulai penanaman bibit hingga panen. Jenis atau varietas padi HT mempunyai umur tanaman 120 hari dari masa penanaman bibit hingga panen. Dan yang terakhir jenis atau varietas padi legawa mempunyai umur 120 hari dari masa penanaman bibit hingga masa panen.

Harga Gabah Dan Beras Di Kabupaten Cilacap

Harga pada gabah mengalami perubahan yang cepat. Hal tersebut merupakan akibat dari permintaan pasar gabah mengalami perubahan yang cepat pula. Semakin banyak permintaan gabah pada pasar maka semakin tinggi harga gabah tersebut.

Tabel 2

Harga Gabah Menurut Kualitas Gabah Di Kabupaten Cilacap

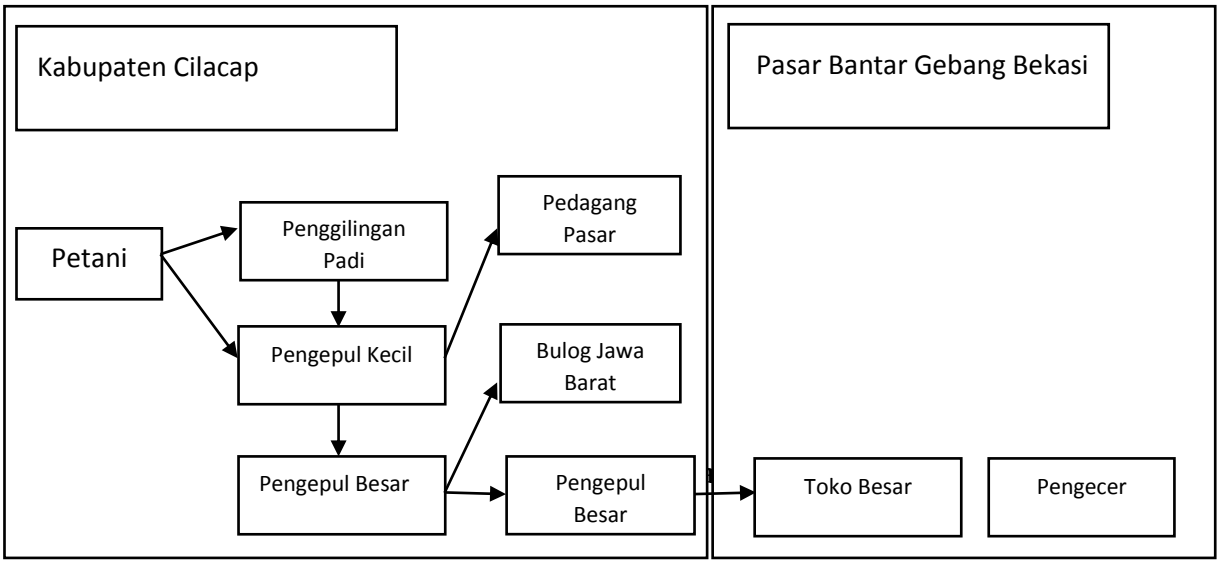
(Periode akhir tahun 2017 – awal tahun 2018)

No	Nama jenis atau varietas	Harga (Rp)
1	Gabah Bulat	4.000
2	Gabah Panjang	4.500
3	Gabah Baru Panen	5.800
4	Gabah Telah Lama di Penen	5.750

Sumber : Data Hasil Wawancara

Harga pada Tabel 2 merupakan harga pada kwatitas yang bagus. Harga gabah tertinggi terdapat pada gabah baru panen, menurut narasumber Bapak Muhlasin pengepul kecil Kabupaten Cilacap, gabah baru panen mempunyai harga yang lebih tinggi dari pada gabah lain dikarenakan butiran gabah baru panen masih mempunyai bentuk yang utuh. Sehingga apabila diproses menjadi beras gabah tersbeut tidak pecah. Penjualan beras dari gabah baru panen lebih cepat dari pada gabah lama panen. Gabah lama panen apabila di proses menjadi beras cenderung pecah. Butiran beras hasil gilingan tidak utuh. Harga jual beras menjadi turun, karena kebanyakan pasar menginginkan beras dengan bentuk sempurna.

Alur Distribusi atau Penjualan Beras Di Kabupaten Cilacap Menuju Pasar Bantar Gebang Bekasi



Petani menjual hasil panennya berupa gabah kepada penggilingan padi atau kepada pengepul kecil. Penggilingan padi memproses gabah menjadi beras untuk dijual kepada pengepul kecil. Pengepul kecil menjual gabahnya dalam bentuk gabah atau bisa diolah dalam bentuk beras. Beras atau gabah dari pengepul kecil lalu dijual kepada pengepul besar untuk diolah lebih lanjut. Sampai pada tangan pengepul besar, beras di olah dengan kemasan yang lebih spesifik sesuai dengan jenis beras yang ada. Pengepul besar menjual beras dalam bentuk beras murni ataupun beras olahan. Kemudian beras yang terdistrbusikan sampai pada toko dijual kembali kepada pedagang pengecer sehingga lebih mudah sampai pada tangan konsumen.

Struktur Pasar Kabupaten Cilacap dan Pasar Gantar Bebang Bekasi

a. Konsentrasi

Konsentrasi pasar merupakan elemen yang mendominasi dalam struktur pasar beras di Kabupaten Cilacap dan Kota Bekasi. Konsentrasi dilakukan oleh setiap pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi. Konsentrasi dilakukan oleh para pengepul kecil dan pengepul besar untuk mendapat keuntungan yang maksmimal. Menurut narasumber Bapak

Dany dwidedi sebagai pengepul besar, menyatakan bahwa pengepul melakukan pembelian beras pada berbagai pangsa pasar agar harga beras yang terbentuk mempunyai tingkat keuntungan yang mereka inginkan. Konsentrasi dalam penelitian ini, dapat dilihat dalam kesamaan harga yang ditawarkan oleh sesama pengepul kecil hingga pengepul besar. Harga yang ditawarkan mereka berkisar pada Rp.10.500 hingga Rp.11.700. Kesamaan harga tersebut mengindikasikan bahwa para pengepul kecil dan besar melakukan pengaturan saecara tidak sengaja pada harga beras dalam pasar beras di Kabupaten Cilacap.

Menurut analisis Alistair (2004), persaingan pada pasar oligopoli longgar atau monopolistik akan terjadi produk industri yang sifatnya heterogen dan informasi cukup terbuka. Dalam pembentukan harga beras ini, memang barang yang dijual adalah sama yaitu beras. Tetapi ada beberapa jenis atau varietas beras yang diperjualbelikan sehingga heterogenitas produk terjadi. Menurut narasumber Bapak Edy selaku petani di Kabupaten Cilacap mengatakan bahwa jenis atau Varietas Beras yang diperjualbelikan di Kabupaten Cilacap mempunyai jenis atau varietas yang beragam. Keberagam jenis atau varietas terjadi di tiap-tiap daerah penghasil beras tersebut. Seperti pada wilayah Cilacap barat petani menanam padi dengan jenis atau varietas cilamaya dan muncul, sedangkan wilayah Cilacap timue jenis atau varietas padi yang ditanam petani adalah jenis atau varietas IR 64 dan Logawa.

Perilaku Pelaku Pada Saluran Distribusi Beras Kabupaten Cilacap

A. Kerjasama

Dalam penelitian ini kerjasama yang terjadi antar pelaku adalah kerjasama informasi. Menurut narasumber Bapak Unang Ahmad sebagai pengepul besar di Kabupaten Cilacap, mengatakan bahwa Informasi terbuka dapat diperoleh oleh pelaku paling kecil yaitu petani. Petani dapat mengetahui harga terbaru dari para pengepul dan melalui media yang telah berkembang pesat ini. Antar pengepul kecil bertukar informasi mengenai harga serta kondisi terkini persaingan beras di Kabupaten Cilacap dan sekitarnya. Informasi merupakan hal yang penting namun bukan hal yang harus di simpan sendiri karena informasi

merupakan alat untuk menentukan strategi yang dilakukan kedepannya. Sedikit berbeda dengan pengepul kecil, pengepul besar cenderung menyimpan informasi yang mereka dapatkan dari toko besar dan bulog. Karena pemain pengepul besar berjumlah sedikit, sehingga untuk menjaga eksistensi perusahaannya mereka sedikit memilah informasi uuntuk di bagikan.

B. Kolusi Terselubung

Perilaku yang mendominasi selanjutnya adalah kolusi terselubung. Antar pengepul kecil melakukan kolusi terselubung dengan cara membanting harga yang telah di sepakati dalam kerjasama agar menghasilkan harga yang sesuai dengan yang tingkat keuntungan yang diinginkan. Lain hal dengan pengepul kecil, Pengepul besar melakukan kolusi terselubung dengan agen Bulog atau yang biasa dikenal dengan *CALO*. Agar mereka mendapat jaminan untuk tetap menjadi pemain bulog. Agar para pengepul besar dapat terus menjadi bagian dari pemasokan beras untuk Bulog.

C. Dominasi Pasar

Setelah terjadinya hubungan dan perilaku diatas, penentuan harga kemudian menjadi sorotan dalam analisis penelitian ini. Kondisi petani dan hubungan antar pengepul merupakan faktor yang terlihat dalam pembentukan harga pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar gebang Bekasi. Tentunya terdapat salah satu pelaku yang mendominasi pasar beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi.

D. Hambatan Masuk Pasar *(barrier to entry)*

Selain dominasi pasar dalam saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi, hambatan untuk masuk (*barrier to entry*) dalam saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi menjadi fokus analisis oleh penulis. Dengan laju perdagangan yang cukup dinamis, tentunya persaingan antar pelaku distribusi sangatlah ketat. Dalam saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi terdapat hambatan untuk masuk persaingan pasar beras. Hambatan untuk masuk persaingan tersebut adalah para pemain lama pada pasar beras di Kabupaten Cilacap dan Kota Bekasi tidak menghalangi para pemain baru untuk

masuk ke dalam pasar, namun halangan yang terjadi adalah modal. Menjadi pemain baru dalam pasar beras memang membutuhkan modal yang besar. Modal tidak harus berupa uang, tenaga kerja, dll. Namun terdapat modal yang disebut dengan modal sosial (*social capital*). Modal sosial ini merupakan modal berupa nama baik, relasi, dan kepercayaan. Modal ini menjadi hambatan bagi para pemain baru untuk masuk ke dalam pasar. Pemain baru harus bersaing dengan membawakan nama baru untuk dapat mempuyai relasi dan kepercayaan dari orang banyak.

Kinerja Pelaku Saluran Distribusi Kabupaten Cilacap

1. Tingkat Keuntungan Pelaku Saluran Distribusi

Indikator pertama yang digunakan untuk menganalisis kinerja pada pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras studi kasus Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi adalah melalui penentuan harga yang di putuskan oleh para pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi.

Tabel 3
Tabel Harga Beras Sesuai Tingkatan Saluran Distribusi Beras Di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi (Januari 2018)

No	Tingkatan Saluran Distribusi	Harga (Rp/kg)
1	Petani	5.750
2	Penggilingan Padi	10.500
3	Pengepul Kecil	10.700
4	Pengepul Besar	12.500
5	Toko Besar	13.200
6	Bulog	9.300
7	Pengecer	14.100

Sumber : Data Hasil Wawancara

Tabel 4.8 menampilkan selisih/perbedaan harga yang diambil pelaku pelaku saluran distribusi. Harga pada tiap- tiap tingkatan saluran distribusi mempunyai margin yang cukup besar.Harga pada petani cukup rendah, dengan peranan sebagai pembentuk harga pertama pada harga beras, harga sebesar Rp. 5750/ kg tersebut merupakan akibat dari kualitas hasil panen yang tidak terlalu bagus. Dengan harga yang rendah tersebut petani harus sangat berhati-hati dalam mengelola keuangannya untuk memenuhi kebutuhan masa tanam hingga masa panen berikutnya.

Harga yang terpaut jauh terlihat pada harga pengepul kecil ke pengepul besar. Margin harga sebesar 1500 rupiah.Harga tersebut sangat berpengaruh pada harga yang terbentuk pada tingkat saluran yang lebih tinggi. Pengepul kecil menentukan harga beras sebesar Rp.10.700/kg merupakan hasil perhitungan akhir dari biaya produksi, tenaga kerja, dan harga spekulasi resiko atas beras yang di produksi. Pengepul besar menetukan harga sebesar Rp. 12.500/kg juga merupakan hasil dari perhitungan akhir dari biaya produksi, tenaga kerja, dan harga spekulasi atas beras yang di produksi. Dengan jumlah beras yang lebih banyak seharusnya harga akhir tidak menggunakan biaya yang besar. Sehingga margin harga tidak teralu besar. Dalam kenyataannya harga ditentukan oleh pengepul besar dengan margin yang cukup besar.

Menurut narasumber Bapak Unang Ahmad pengepul besar di Kabupaten Cilacap, harga yang cukup tinggi ditentukan oleh pengepul besar memilliki alasan bahwa selain biaya produksi tan biaya tenaga kerja, beliau mengatakan bahwa dengan modal yang besar tingkat spekulasi akan resiko penjualan beras juga besar. Keuntungan yang didapatkan dengan margin itu tidaklah banyak. tetapi pengepul besar mempunyai tingkat keuntungan yang telah

ditentukan sendiri sehingga harga yang di tawarkan pun berbeda-beda. Berbeda dengan tingkat keuntungan para pengepul kecil, tingkat keuntungan yang diambil oleh pengepul kecil lebih banyak daripada tingkat keuntungan yang diambil oleh pengepul besar. Pengepul kecil menentukan tingkat keuntungan yang besar untuk mendapatkan hasil penjualan yang besar karena jumlah beras yang dijual lebih sedikit dari penggepul besar. Dengan tingkat keuntungan yang tidak banyak namun dalam partai yang banyak maka kentuntungan yang di peroleh pengepul besar cukup banyak.

2. Kesejahteraan Sosial Masyarakat

Indikator kedua kinerja pada saluran distribusi adalah kesejahteraan sosial masyarakat. Rata-rata masyarakat Indonesia membeli beras pada toko besar dan pengecer beras. Pada awal tahun 2018 harga beras medium pada toko besar sebesar Rp. 13.200/kg dan harga pada pengecer sebesar Rp. 14.100. Dengan harga eceran tertinggi yang ditetapkan bulog sebesar Rp.9350/kg. Kedua Harga tersebut merupakan harga yang cukup tinggi. Kenaikan harga beras tersebut diakibatkan karena kurangnya pasokan beras. Gagal panen petani menyebabkan kurangnya pasokan beras dalam pasar. Kurangnya pasokan dalam pasar tidak mempengaruhi tingkat permintaan yang terjadi dalam pasar. Hal tersebut terjadi karena beras merupakan makanan pokok mayoritas masyarakat Indonesia.

Kenaikan harga beras ini dirasa memberatkan masyarakat. Pengeluaran masyarakat menjadi naik akibat harga beras yang naik tersebut. Kenaikan harga sebesar 1,34% dari harga sebelumnya yaitu 10.500 membuat pengeluaran masyarakat untuk membeli beras meningkat. Tingkat pengeluran untuk membeli beras masyarakat Indonesia sebesar 35,77%, yang menggambarkan bahwa porsi pengeluran untuk membeli beras cukup besar. Sehingga masyarakat dirugikan dengan adanya kenaikan harga.

KESIMPULAN

1. Di Kabupaten Cilacap terdapat beberapa jenis atau varietas gabah dan beras yang diperjualbelikan. Jenis atau varietas gabah tersebut adalah pertama jenis atau varietas gabah dan beras menurut varietas tanaman yang terdiri dari IR 64, Cilamaya, Muncul,HT, Logawa. Kedua jenis atau varietas gabah dan beras menurut nilai jual yang terdiri dari beras dn (raskin), beras medium (beras sayur), beras premium (beras super poles), beras pajang, beras bulat, beras lama.
2. Distribusi pada saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap mempunyai 8 tingkatan saluran. Depalan tingkatan saluran terssebut adalah petani, penggilingan padi, pengepul kecil, pengepul besar, pedagang besar, bulog, toko besar, dan pengecer.
3. Struktur pasar pada pasar beras di Kabupaten Cilacap adalah pasar oligopoli longgar atau monopolistik. Karena dalam pasar beras di Kabupaten Cilacap mempunyai heterogenitas jenis gabah atau beras serta mempunyai persaingan yang terbuka.
4. Kerjasama yang dilakukan oleh para pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap adalah Kerjasama Informasi. Informasi terhadap harga mempunyai sifat terbuka dan bebas akses.
5. Kolusi terselubung merupakan perilaku para pelaku saluran distribusi. Kolusi terjadi antar pengepul kecil dan antara pengepul besar dan bulog. Kolusi ini dilakukan untuk membuat harga sesuai dengan tingkat keuntungan yang diinginkan.

6. Pengepul besar adalah pelaku yang mendominasi pasar beras di Kabupaten Cilacap. Dengan penjualan dengan jumlah yag banyak serta akses terhadap lembaga pengendali beras yang cukup mudah maka keputusan harga yang ditetapkan pengepul besar mendominasi pasaran beras.
7. Kinerja pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap bisa dilihat dari penentuan harga yang diambil oleh masing-masing pelaku. Penentuan harga bisa dilihat pada selisih harga dari saluran terkecil pelaku distribusi beras. selisih tersebut merupakan tingkat keuntungan yang diambil oleh masing-masing pelaku distribusi beras di Kabupaten Cilacap. Atas pembentukan harga yang diuntungkan adalah para pelaku distribusi terutama pengepul kecil dan pengepul besar.
8. Masyarakat dirugikan atas pembentukan harga beras di pasar karena tingkat pengeluaran masyarakat akan naik sejajar dengan naiknya harga beras.

DAFTAR PUSTAKA

Alistair, Armytha. (2003). *Analisa Pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja Pada Industri Tepung Terigu di Indonesia Pasca Penghapusan Monopoli Bulog*.Skripsi. Bogor : FEM IPB

Ariwibowo, Agus (2013). *Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi Dan Beras Di Kecamatan Pati Kabupaten Pati*, Skripsi, FE Universitas Negeri Semarang.

Badan Pusat Statistik. (2015). *Produksi Padi Kabupaten Cilacap. Jawa tengah. Indonesia*

Badan Pusat Statistik Cilacap (2013). *Tabel Luas Panen, Produksi dan Produktifitas Padi Kabupaten Cilacap*

Badan Pusat Statistik Cilacap (2014). *Tabel Luas Panen, Produksi dan Produktifitas Padi Kabupaten Cilacap*

Bain, Joe S. (1959). *Industrial Organization*. U.S.A : John Wiley & Sons, Inc.

Baye, Michael R and Jeffry T. Prince. (2010). *Managerial Economics and Business Strategy*, 8th edition. Mc Graw-Hill, New York.

Winniasri, Evy Fachriani (2007). *Analisis Distribusi Spasial dan Aliran Perdagangan Beras Dari dan Ke DKI Jakarta*. Fakultas Pertanian. IPB

Jaya, Wihana Kirana. (2008). *Ekonomi Industri*. BPFE-Yogyakarta

Joko Purwono, Sri Sugyaningsih, Adib Priambudi. (2013). *Analisis Tataniaga Beras Di Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*, Jurnal-NeOBis, Volume 7, Nomer 2, Halaman 1

Lihan, Irham. (2014). *Kajian Struktur Pasar Gabah dan Beras Di Indonesia,* Jurnal-NeObis, Volume 8, Nomer 1. Halaman 1

Leksono, Sonny. (2013). *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*. PT RajaGrafindo Persada Jakarta Harlow.

Moleong, Lexy. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Setyowati, Endang. (2003). *Ekonomi Mikro Pengantar*. STIE YKPN Yogyakarta.

Mahardika, Tatiek Kartika Swara (2013). *Kajian Distribusi Beras di Wilayah DKI Jakarta Melalui Pasar Beras Induk Cipinang*. Tesis. IPB

https://www.indonesia-investments.com*/id/bisnis/komoditas/beras/item183?* diakses pada 20-10-17 : 21:33

http://www.bulog.co.id/*sekilas.php*

diakses pada 15-10-17 : 19:53

http://.radarbanyumas.co.id/*Cilacap-masuk-10-besar-nasional-produksi-padi-hadiah-91-alat-pertanian-disebarkan-di-4-upt/*

diakses pada 26 – 1- 17 : 22:54

http://jabar.pojoksatu.id/*bekasi/2016/03/23/wow-penghasilan-pasar-bantargebang-capai-miliaran-tapi/*

diakses pada 14 Februari 2018 :22.12

https://finance.detik.com/*berita-ekonomi-bisnis/3810847/ri-impor-beras-500000-ton-dari-thailand-dan-vietnam*

diakses pada 14 Februari 2018 :22.30