



Katalog: 8201017

DISTRIBUSI

PERDAGANGAN KOMODITAS

SUSU BUBUK

INDONESIA

2025

Volume 2, 2025



BADAN PUSAT STATISTIK

DISTRIBUSI

PERDAGANGAN KOMODITAS

SUSU BUBUK

INDONESIA

2025

Volume 2, 2025





DISTRIBUSI PERDAGANGAN

KOMODITAS SUSU BUBUK INDONESIA 2025

Volume 2, 2025



Katalog: 8201017

Nomor Publikasi: 06100.25051

Ukuran Buku: 21 cm x 29,7 cm

Jumlah Halaman: xii+185 halaman

Penyusun Naskah:

Direktorat Statistik Distribusi

Penyunting:

Direktorat Statistik Distribusi

Pembuat Kover:

Direktorat Statistik Distribusi

Penerbit:

©Badan Pusat Statistik

Sumber Ilustrasi:

www.canva.com

www.freepik.com

Dilarang mereproduksi dan/atau menggandakan sebagian atau seluruh isi buku ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari Badan Pusat Statistik.



DISTRIBUSI PERDAGANGAN

KOMODITAS SUSU BUBUK INDONESIA 2025

Volume 2, 2025

Pengarah:

Pudji Ismartini

Penanggung Jawab Umum:

Sarpono

Penanggung Jawab Teknis:

Hajizi

Penyunting:

Wembri Suska

Penulis Naskah dan Pengolah Data:

Trisanti Kurniasih

Muhammad Lutfi Hakim Danang Jaya

Maryam Rahmadhaini

Aprilia Eka Sandjaja

Penata Letak:

Muhammad Lutfi Hakim Danang Jaya

Pembuat Kover:

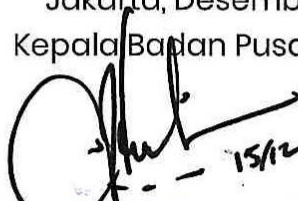
Muhammad Lutfi Hakim Danang Jaya

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga publikasi Distribusi Perdagangan Komoditas Susu Bubuk Indonesia yang dirilis tahunan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dapat terbit tepat waktu. Distribusi Perdagangan Komoditas Susu Bubuk Indonesia tahun 2025 merupakan salah satu dari empat jenis publikasi hasil Survei Pola Distribusi Barang beberapa komoditas di Indonesia tahun 2025. Kegiatan pendataan lapangan dilakukan pada Juli – Agustus 2025.

Publikasi ini memuat kajian ringkas mengenai rantai distribusi komoditas susu bubuk yang diteliti mulai dari tingkat produsen, pedagang besar, pedagang eceran sampai ke konsumen akhir. Informasi yang disajikan adalah pola distribusi perdagangan serta margin perdagangan dan pengangkutan (MPP).

Kami mengapresiasi dan berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan publikasi ini. Kami berharap publikasi ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung perumusan kebijakan terkait tata kelola distribusi susu bubuk, baik oleh pemerintah maupun dunia usaha, serta digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut.

Jakarta, Desember 2025
Kepala Badan Pusat Statistik


Amelia Adininggar Widyasanti



KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Landasan Hukum	2
1.3 Tujuan Survei	2
1.4 Cakupan Komoditas	3
BAB II METODOLOGI	5
2.1 Ruang Lingkup	5
2.2 Cakupan Kegiatan Usaha	5
2.3 Kerangka Sampel	6
2.4 Alokasi Sampel	6
2.5 Metode Pemilihan Sampel	6
2.6 Metode Pengumpulan Data	7
2.7 Konsep dan Definisi	7
2.8 Pola Utama Distribusi Perdagangan	12
2.9 Margin Perdagangan dan Pengangkutan Total (MPP _T)	12
2.10 Potensi Pola Terpanjang dan Terpendek	13
2.11 Mirroring Wilayah Pendistribusian dari/ke Luar Provinsi	13
2.12 Tata Cara Pembacaan Pola	14
BAB III POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK	17
3.1 Gambaran Umum	17
3.2 Indonesia.....	21
Provinsi Aceh	31
Provinsi Sumatera Utara	35
Provinsi Sumatera Barat	39
Provinsi Riau	43
Provinsi Jambi	47
Provinsi Sumatera Selatan	51
Provinsi Bengkulu	55
Provinsi Lampung	59

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung	63
Provinsi Kepulauan Riau	67
Provinsi DKI Jakarta	71
Provinsi Jawa Barat	75
Provinsi Jawa Tengah	79
Provinsi D.I. Yogyakarta	83
Provinsi Jawa Timur	87
Provinsi Banten	91
Provinsi Bali	95
Provinsi Nusa Tenggara Barat	99
Provinsi Nusa Tenggara Timur	103
Provinsi Kalimantan Barat	107
Provinsi Kalimantan Tengah	111
Provinsi Kalimantan Selatan	115
Provinsi Kalimantan Timur	119
Provinsi Kalimantan Utara	123
Provinsi Sulawesi Utara	127
Provinsi Sulawesi Tengah	11
Provinsi Sulawesi Selatan	135
Provinsi Sulawesi Tenggara	139
Provinsi Gorontalo	143
Provinsi Sulawesi Barat	147
Provinsi Maluku	151
Provinsi Maluku Utara	155
Provinsi Papua Barat	159
Provinsi Papua Barat Daya	163
Provinsi Papua	167
Provinsi Papua Selatan	171
Provinsi Papua Tengah	175
Provinsi Papua Pegunungan	179
BAB IV RINGKASAN HASIL	183
DAFTAR PUSTAKA	185

Tabel 2.1 Cakupan Komoditas Susu Bubuk pada Survei Pola Distribusi Barang (Poldis) 2025 Menurut KBLI 2020.....	5
Tabel 2.2 Cakupan Komoditas Susu Bubuk Tambahan untuk Sampel Pengganti pada Survei Pola Distribusi Barang (Poldis) 2025 Menurut KBLI 2020.....	5
Tabel 2.3 <i>Mirroring</i> Wilayah Pendistribusian dari/ke Luar Provinsi.....	13
Tabel 2.4 Ikon Komoditas.....	14
Tabel 3.1 Sebaran Perusahaan Susu Bubuk di Indonesia Menurut Provinsi dan Kabupaten/Kota Tahun 2024.....	18
Tabel 3.2 Margin Perdagangan dan Pengangkutan Total (MPPT) Komoditas Susu Bubuk (persen), 2025.....	26

<https://www.bps.go.id>

Gambar 2.1	<i>Flowchart</i> Penentuan Pelaku Usaha.....	11
Gambar 3.1	Sebaran Industri Susu Bubuk di Indonesia.....	18
Gambar 3.2	Perkembangan Rata-rata Konsumsi Susu Bubuk (gram/kapita/tahun) di Indonesia, 2022 – 2024.....	19
Gambar 3.3	Rata-rata Konsumsi Susu Bubuk per Kapita Setahun (Gram) Menurut Provinsi.....	19
Gambar 3.4	Total Konsumsi Susu Bubuk Setahun (Ton) Menurut Provinsi.....	20
Gambar 3.5	Potensi Pola Terpanjang Distribusi Susu Bubuk di Indonesia, 2025.....	28
Gambar 3.6	Potensi Pola Terpendek Distribusi Susu Bubuk di Indonesia, 2025.....	29

<https://www.bps.go.id>



1.1 Latar Belakang

Distribusi perdagangan merupakan keseluruhan bentuk kegiatan perdagangan, mulai dari pengadaan komoditas dari produsen sampai dengan penyerahan komoditas tersebut kepada konsumen. Dalam penyaluran hasil produksi dari produsen ke konsumen, terdapat beberapa jenis sistem distribusi yaitu:

1. Distribusi langsung, yaitu produsen menyalurkan hasil produksinya langsung kepada konsumen tanpa menggunakan saluran distribusi, seperti penyaluran hasil pertanian oleh petani ke pasar langsung.
2. Distribusi semi langsung, yaitu penyaluran barang hasil produksi dari produsen ke konsumen melalui badan perantara atau toko milik produsen itu sendiri.
3. Distribusi tidak langsung. Pada sistem ini produsen tidak langsung menjual hasil produksinya kepada konsumen akhir melainkan melalui perantara atau saluran distribusi.

Sistem distribusi tidak langsung berkaitan erat dengan peran dari pedagang perantara, baik pedagang besar (*wholesaler*) maupun pedagang eceran (*retailer*). Pedagang perantara tersebut berperan sebagai penghubung antara produsen dan konsumen sehingga dalam pendistribusiannya dapat terbentuk rantai distribusi perdagangan, yang terdiri

dari produsen, pedagang perantara, dan konsumen akhir.

Rantai distribusi mempunyai peranan penting dalam perekonomian masyarakat karena melibatkan berbagai pihak dalam menjalankan proses kegiatan ekonomi suatu wilayah. Rantai distribusi dikatakan efisien jika pergerakan suatu komoditas dari produsen ke konsumen ditempuh dengan biaya yang lebih murah dengan pembagian nilai tambah yang adil untuk setiap pelaku perdagangan yang terlibat dalam pendistribusian diiringi dengan tendensi harga yang terjangkau oleh konsumen.

Di sisi lain, setiap wilayah di Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang berbeda dalam usaha pemenuhan kebutuhan domestik. Hal tersebut dapat dipengaruhi baik oleh sumber daya alam maupun kebudayaan suatu wilayah sebagai sumber daya manusia dalam menghasilkan komoditas tertentu. Provinsi yang lebih unggul (sentra) dapat memenuhi permintaan dari provinsi lain dan sebaliknya, provinsi yang kurang unggul dapat menjadi tujuan pasar bagi provinsi sentra.

Produksi susu bubuk dimulai dari pengumpulan susu segar, pemrosesan di pabrik (filtrasi, penguapan, pengeringan), lalu pengemasan. Penjualan kemudian dilakukan melalui berbagai saluran, seperti pedagang besar (distributor, grosir), pengecer (retail) atau ke industri lain (produk roti, olahan susu seperti keju, yogurt, mentega, dan industri minuman) dengan menggunakan strategi pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) untuk menjangkau konsumen akhir.

Dengan demikian, terkait kegiatan distribusi perdagangan komoditas susu bubuk maka rantai utama distribusi suatu provinsi dapat berasal dari produksi di dalam provinsi atau luar provinsi.

Pola pemasaran susu bubuk melalui jalur pemasaran yang beragam, diantaranya dari hasil produksi di jual melalui *wholesale* (pedagang besar) atau *retail* (pedagang eceran dan supermarket/swalayan).

Untuk mengetahui gambaran lebih lanjut, pada tahun 2025 BPS menyelenggarakan Survei Pola Distribusi (POLDIS) Barang yang di antaranya adalah komoditas susu bubuk. Survei dilakukan pada sejumlah kabupaten/kota terpilih di 38 provinsi di Indonesia, meliputi pelaku distribusi susu bubuk. Hasil survei diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam membangun sistem distribusi perdagangan yang lebih

baik sekaligus menjadi bahan evaluasi terhadap segala bentuk upaya pemerintah dalam menjaga ketahanan pangan.

1.2 LANDASAN HUKUM

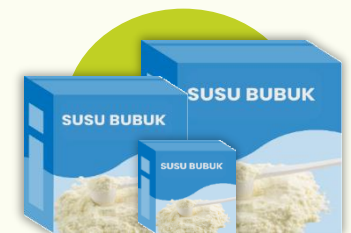
Landasan hukum pelaksanaan Survei Poldis 2025 adalah:

- Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik.
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 51 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Statistik.
- Peraturan Presiden RI Nomor 87 Tahun 2007 tentang Badan Pusat Statistik.
- Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 7 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pusat Statistik.

1.3 TUJUAN SURVEI

Survei Poldis 2025 mempunyai tujuan, yaitu:

- Mendapatkan pola distribusi perdagangan.
- Menganalisis pola utama distribusi perdagangan.
- Memperoleh total margin perdagangan dan pengangkutan (MPP) dari produsen ke konsumen akhir.



1.4 CAKUPAN KOMODITAS

Penentuan komoditas dalam survei ini adalah komoditas strategis, yaitu komoditas yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- Komoditas yang paling banyak dikonsumsi masyarakat.
- Komoditas yang memiliki peran besar dalam pembentukan inflasi nasional.
- Komoditas yang mempunyai kontribusi cukup besar dalam kelompok komoditas bahan makanan dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB).
- Komoditas yang memiliki dampak cukup besar terhadap kebutuhan masyarakat





2.1 Ruang Lingkup

Survei Pola Distribusi Barang (Poldis) 2025 dilaksanakan di seluruh provinsi di Indonesia, mencakup ibukota provinsi, beberapa kota SBH dan kabupaten/kota potensi komoditas terpilih. Secara keseluruhan survei ini mencakup 38 provinsi yang terdiri dari 356 kabupaten/kota potensi komoditas terpilih.

Unit penelitian dalam survei ini adalah perusahaan/usaha perdagangan dan non perdagangan dengan jumlah sampel 1.322 pelaku usaha. Perusahaan/usaha perdagangan terdiri dari perusahaan/usaha perdagangan menengah dan besar dan mikro kecil, baik sebagai distributor, sub-distributor, agen, pedagang grosir, pedagang pengepul, eksportir, importir, maupun pengecer. Untuk perusahaan/usaha non perdagangan terdiri dari perusahaan/usaha pertanian dan industri pengolahan. Cakupan perusahaan susu bubuk pada survei ini menggunakan KBLI 2020.

2.2 Cakupan Kegiatan Usaha

Perusahaan/usaha yang dicakup dalam survei ini menggunakan KBLI 2020. Berikut perusahaan/usaha yang dicakup berdasarkan pengelompokan KBLI-nya.

Tabel 2.1 Cakupan Komoditas Susu Bubuk pada Survei Pola Distribusi Barang (Poldis) 2025 Menurut KBLI 2020

KBLI 2020	Uraian KBLI 2020
(1)	(2)
10520	Industri Pengolahan Susu Bubuk dan Susu Kental
46326	Perdagangan Besar Susu dan Produk Susu
47249	Perdagangan Eceran Makanan Lainnya
47111	Perdagangan Eceran Berbagai Macam Barang yang Utamanya Makanan, Minuman, atau Tembakau di Supermarket/Minimarket
47112	Perdagangan Eceran Berbagai Macam Barang yang Utamanya Makanan, Minuman atau Tembakau Bukan di Supermarket/Minimarket (Tradisional)

Tabel 2.2 Cakupan Komoditas Susu Bubuk Tambahan untuk Sampel Pengganti pada Survei Pola Distribusi Barang (Poldis) 2025 Menurut KBLI 2020

KBLI 2020	Uraian KBLI 2020
(1)	(2)
46900	Perdagangan Besar Berbagai Macam Barang
47829	Perdagangan Eceran Kaki Lima dan Los Pasar Komodito Makanan dan Minuman Ytdl

2.3 Kerangka Sampel

Pembentukan kerangka sampel produsen susu bubuk berasal dari hasil Survei Tahunan Perusahaan Industri Manufaktur (STPIM) Tahun 2024 dan Direktori *Statistical Business Register* (SBR) hasil updating 18 Desember 2024.

Jika target sampel tidak terpenuhi dari kerangka sampel yang dibentuk, maka sampel dipilih secara purposive dengan kriteria perusahaan/usaha tersebut mengusahakan komoditas yang dicari di wilayah tersebut.

2.4 Alokasi Sampel Per Komoditas Menurut Kabupaten/Kota

Penentuan suatu perusahaan/usaha untuk komoditas tertentu dilakukan pada awal pemilihan sampel, baik untuk produsen, industri, pedagang besar dan eceran. Untuk menjaga agar sampel komoditas di perusahaan tersebar secara proporsional, maka perlu dilakukan alokasi sampel untuk menentukan berapa jumlah perusahaan yang harus dicacah untuk suatu komoditas. Tahapan pengalokasian sampel perusahaan menurut komoditas sebagai berikut:

- Dari kerangka sampel dialokasikan sampel perusahaan yang memperdagangkan komoditas tertentu.
- Kemudian dialokasikan menurut distribusi dalam satu provinsi untuk disebar ke kabupaten/kota.

2.5 Metode Pemilihan Sampel

Metode pemilihan sampel dilakukan dengan memperhatikan komoditas utama yang diperdagangkan

berdasarkan empat komoditas terpilih. Untuk setiap usaha/perusahaan pada kerangka sampel akan diurutkan berdasarkan KBLI 2020 dan skala usaha (besar, menengah, kecil, dan mikro), kemudian sampel dipilih secara sistematis pada setiap komoditas dan setiap pelaku usaha. Sampel perusahaan/usaha yang dipilih boleh sama dengan sampel Survei Perdagangan Antar Wilayah 2023. Jika target sampel tidak terpenuhi dari kerangka sampel yang dibentuk, maka sampel dipilih secara purposive dengan kriteria perusahaan/usaha tersebut mengusahakan komoditas yang dicari di wilayah itu.

Desain sampling untuk perusahaan/usaha Poldis 2025 adalah sebagai berikut:

- Jika jumlah perusahaan/usaha berskala UMB kurang dari atau sama dengan jumlah target sampel, maka perusahaan/usaha berskala UMB diambil seluruh (*take all*).
- Jika jumlah perusahaan/usaha berskala UMB lebih dari jumlah target sampel, maka perusahaan/usaha berskala UMB dipilih sebagai sampel secara systematic sampling pada setiap komoditas dan setiap pelaku usaha dengan menggunakan KBLI 2020 dan skala usaha sebagai implicit stratification.
- Jika target sampel tidak terpenuhi dari usaha berskala UMB, maka perusahaan/usaha berskala UMK dipilih sebagai sampel secara systematic sampling pada setiap komoditas dan setiap pelaku usaha dengan menggunakan KBLI 2020 dan skala usaha sebagai implicit stratification.

- Jika target sampel tidak terpenuhi dari kerangka sampel yang dibentuk, maka sampel dipilih secara purposive dengan kriteria perusahaan/usaha tersebut mengusahakan komoditas yang dicari di wilayah yang bersangkutan.

2.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari perusahaan/usaha/ pengusaha terpilih secara umum dilakukan melalui wawancara tatap muka antara pencacah dengan responden. Secara khusus wawancara dapat dilakukan melalui telepon, Whatsapp, e-mail, dll. Untuk perusahaan/usaha yang relatif besar, pengumpulan data dapat dilakukan lebih dari satu kali kunjungan.

2.7 Konsep dan Definisi Umum

- a. Perusahaan** adalah suatu badan yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang/jasa, terletak di suatu bangunan fisik padalokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya, serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas resiko usaha. (SDS 2022).
- b. Perdagangan** adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. (Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 2021).

- c. Produsen** adalah perusahaan yang berbentuk perorangan atau badan hukum yang memproduksi barang. (Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 2021). Secara spesifik, produsen pada survei ini mencakup: industri penggilingan padi sebagai produsen beras, petani bawang putih, RPH (rumah pemotongan hewan), serta industri susu bubuk.
- d. Pelaku Usaha** adalah orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu. (Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 2021).
- e. Pelaku Usaha Distribusi** adalah pelaku usaha yang menjalankan kegiatan distribusi barang di dalam negeri. (Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 2021).
- f. Perdagangan besar (*wholesaler*)** adalah penjualan kembali (tanpa perubahan teknis) baik barang baru maupun barang bekas kepada pengecer, industri, komersial, institusi atau pengguna profesional, atau kepada pedagang besar lainnya, atau yang bertindak sebagai agen atau broker dalam pembelian atau penjualan barang, baik perorangan maupun perusahaan. (Buku KBLI 2020).
- g. Perdagangan eceran** adalah adalah penjualan kembali (tanpa perubahan teknis), baik barang baru maupun bekas, utamanya kepada masyarakat umum untuk konsumsi atau penggunaan perorangan maupun rumah tangga, melalui toko, department store, kios, mail-order houses, penjual dari pintu ke pintu, pedagang keliling, koperasi konsumsi, rumah pelelangan, dan lain-lain. (Buku KBLI 2020).

- h. NIB (Nomor Induk Berusaha).** Menurut PP Nomor 29 Tahun 2021. Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah bukti registrasi/pendaftaran pelaku usaha untuk melakukan kegiatan usaha dan sebagai identitas bagi pelaku usaha dalam pelaksanaan kegiatan usahanya. Identitas Pelaku Usaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS (Online Single Submission) setelah Pelaku Usaha melakukan Pendaftaran.
- i. Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)** merupakan klasifikasi baku mengenai kegiatan ekonomi yang terdapat di Indonesia, yang dirinci menurut kategori. KBLI hanya mengelompokkan unit produksi menurut kegiatan ekonomi, tidak membedakan unit produksi menurut kepemilikan, badan hukum, formal atau informal. Kode KBLI yang digunakan adalah Peraturan Kepala BPS No.2 tahun 2020 tentang KBLI.
- j. Kegiatan utama** adalah kegiatan yang mempunyai nilai penjualan paling besar di antara beberapa jenis kegiatan dalam suatu perusahaan/usaha. Bila suatu perusahaan/usaha hanya melakukan satu jenis kegiatan maka jenis kegiatan tersebut merupakan jenis kegiatan utama dari perusahaan/usaha.
- k. Komoditas yang diteliti** adalah komoditas yang dijual oleh pedagang dan produsen yang menjadi cakupan pada Survei Poldis Tahun 2025.
- l. Jenis Susu Bubuk** yang masuk cakupan survei yaitu produk susu yang bahan dasarnya dari susu sapi yang diperoleh dengan cara mengurangi sebagian besar air melalui proses pengeringan susu segar dan atau susu rekombinasi,

atau pencampuran kering (*dry blend*), dengan atau tanpa penambahan vitamin, mineral, unsur gizi lainnya, dan bahan tambahan pangan yang diizinkan (SNI, 2015).

- **Susu bubuk yang masuk dalam cakupan** adalah susu dewasa (seperti dancow, frisian flag). Tidak termasuk susu bayi, susu khusus (susu ibu hamil, susu ibu menyusui, susu manula, susu untuk pembentukan otot), susu bubuk untuk pembuatan kue, susu *re-packing* (di kemas ulang), minuman serbuk coklat (milo), susu kedelai, susu almond, dan susu kambing.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, yang dimaksud dengan:

- **Produsen** adalah pelaku usaha yang memproduksi barang. Produsen di dalam negeri dapat menunjuk pelaku usaha distribusi sebagai distributor atau agen untuk mendistribusikan barang kepada pengecer.
- **Distributor** adalah pelaku usaha distribusi yang bertindak atas namanya sendiri dan/atau atas penunjukan dari produsen atau pemasok atau importir berdasarkan perjanjian untuk kegiatan pemasaran barang.
- Persyaratan sesuai Permendag No 8 Tahun 2020/lampiran Permendag 64/2020 untuk pendaftaran barang/jasa yang ditunjuk oleh prinsipal/produsen.
 - a. Izin/pendaftaran dari instansi terkait, dan atau
 - b. Izin Usaha Industri (IUI) milik prinsipal, apabila perjanjiannya dilakukan dengan prinsipal produsen dalam negeri , atau

- c. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) PMA milik prinsipal supplier, apabila perjanjian dilakukan dengan prinsipal supplier yang berbentuk distributor PMA yang berlokasi di dalam negeri, atau
- d. Surat Izin Usaha Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing (SIUP3A) milik prinsipal supplier, apabila perjanjian dilakukan dengan prinsipal supplier yang berbentuk Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing (P3A) yang berada di dalam negeri
- e. Surat perjanjian yang berisi kewenangan dari prinsipal/produsen sebagai distributor yang telah di legalisir oleh notaris.
- f. Mencantumkan nama dan alamat lengkap, jenis barang, wilayah pemasaran, serta jangka waktu perjanjian dengan pihak-pihak yang membuat perjanjian.
- g. Memiliki atau menguasai gudang yang sudah terdaftar dengan alamat yang benar.
- h. Distributor dilarang mendistribusikan barang secara eceran ke konsumen.
- **Sub distributor** adalah perusahaan perdagangan yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas namanya sendiri berdasarkan penunjukan atau perjanjian dari distributor atau distributor tunggal untuk melakukan pemasaran. Memiliki Perizinan di bidang Perdagangan sebagai Sub Distributor dari instansi dan/atau lembaga yang berwenang; memiliki atau menguasai tempat usaha dengan alamat yang benar, tetap dan jelas; memiliki atau menguasai gudang yang sudah terdaftar dengan alamat

yang benar, tetap dan jelas; dan memiliki perjanjian dengan distributor.

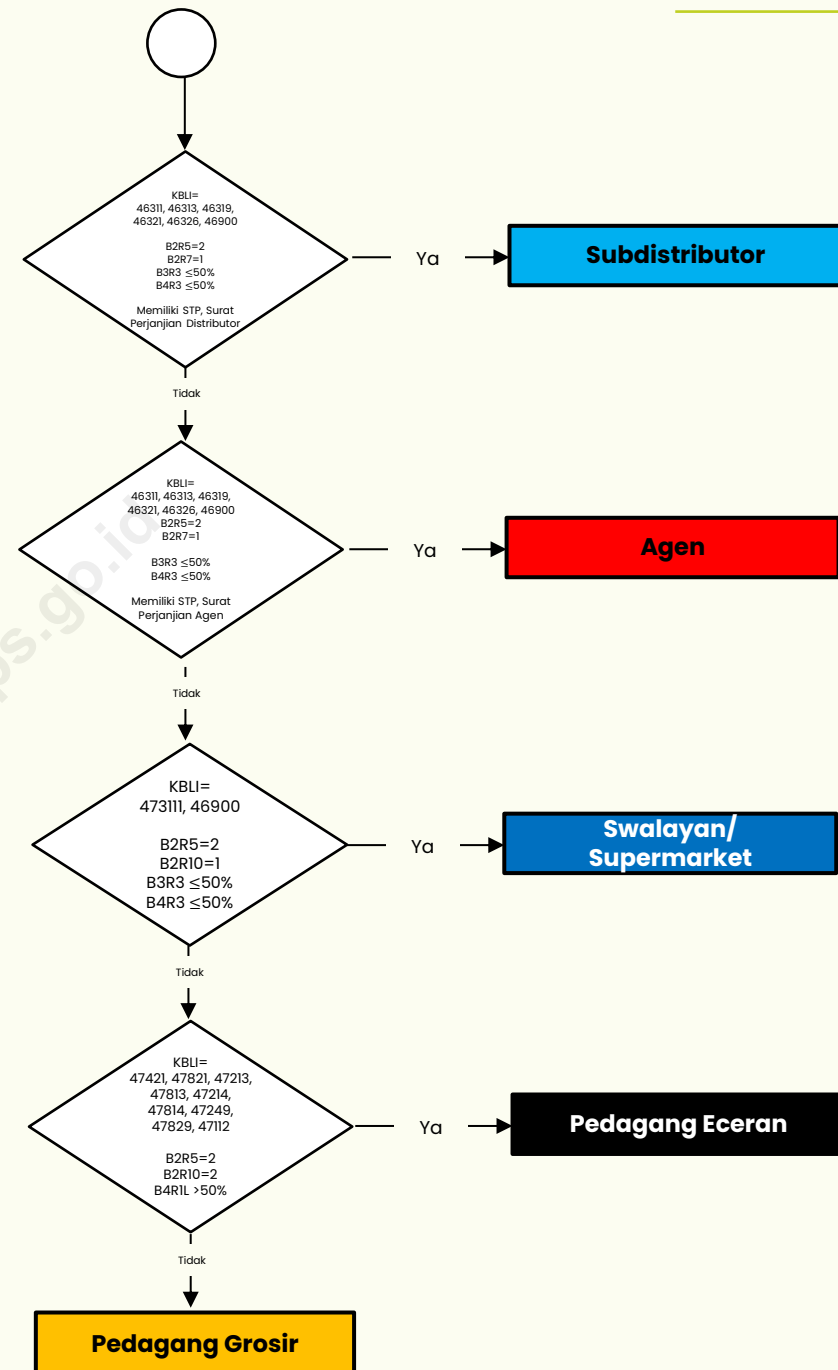
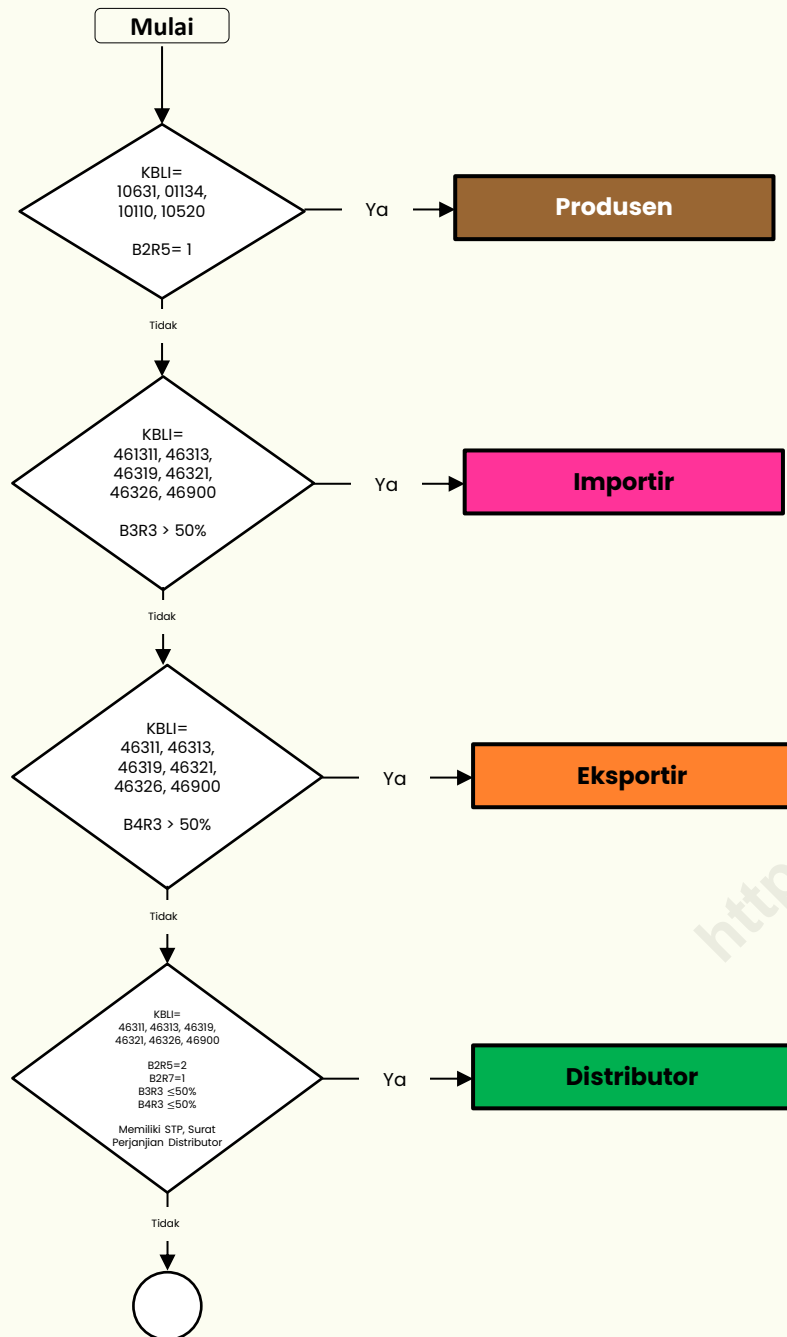
- **Agen** adalah pelaku usaha distribusi yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama pihak yang menunjuknya berdasarkan perjanjian dengan imbalan komisi untuk melakukan kegiatan pemasaran barang tanpa memiliki dan/atau menguasai barang yang dipasarkan; memiliki perjanjian keagenan dengan pihak yang menunjuknya yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak dan menjalankan usaha berdasarkan komisi yang diperoleh dari pihak yang menunjuknya.
- **Pedagang grosir** adalah pelaku usaha memiliki perizinan berusaha sebagai grosir; dan memiliki kerjasama dengan produsen, distributor atau importir; mendistribusikan berbagai macam barang dalam partai besar dan tidak secara eceran.
- **Pedagang eceran** adalah pelaku usaha distribusi yang kegiatan pokoknya memasarkan barang secara langsung kepada konsumen.
- **Toko Swalayan.** Pasal 1 nomor 26 menjelaskan bahwa Swalayan adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran, yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Ini diperjelas kembali, pada Pasal 85 Ayat 2, bahwa Swalayan dapat berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, hypermarket, dan grosir yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri.

- **Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)** adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. (Permendag No 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik).
- **Importir** adalah orang perseorangan/lembaga atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang melakukan impor yaitu kegiatan memasukkan barang (benda berwujud/tidak berwujud, baik bergerak/tidak bergerak, dapat dihabiskan/tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha) ke dalam daerah pabean Indonesia.
- **Eksportir** adalah orang perseorangan, lembaga, atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang melakukan ekspor yaitu kegiatan mengeluarkan barang (benda berwujud/tidak berwujud, baik bergerak/tidak bergerak, dapat dihabiskan/tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan) dari wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan, dan ruang udara di atasnya, serta tempat-tempat tertentu zona ekonomi eksklusif dan landas kontinen yang didalamnya berlaku undang-undang mengenai kepabeanan.
- **Industri Pengolahan** adalah kegiatan pengubahan bahan dasar (bahan mentah) menjadi barang jadi/setengah jadi dan/atau dari barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, baik secara mekanis, kimiawi,

dengan mesin ataupun dengan tangan. Termasuk juga kegiatan jasa industri yang menerima upah maklon (sumber Peraturan Kepala BPS No. 57 tahun 2009 tentang KBLI).

- **Kegiatan Usaha Lainnya** adalah kegiatan selain yang disebutkan di atas, seperti: rumah makan, restoran, hotel, cafe, rumah sakit, dll.
- **Pemerintah dan Lembaga Nirlaba.** Pemerintah seperti Pemda, Kementerian/Lembaga dan lainnya. Lembaga Nirlaba seperti yayasan (panti asuhan, panti jompo) dan rumah sakit non profit. Lembaga Nirlaba adalah lembaga non profit, jika contoh tersebut sudah memperhitungkan keuntungan maka masuk ke kegiatan usaha lainnya.
- **Rumah Tangga** adalah konsumen akhir dan bukan merupakan kegiatan usaha.





Gambar 2.1 Flowchart Penentuan Pelaku Usaha

• 2.8 Pola Utama Distribusi Perdagangan

Hasil survei menunjukkan adanya jalur-jalur penjualan dari produsen hingga ke konsumen akhir yang digambarkan sebagai pola distribusi. Pola utama distribusi perdagangan merupakan jalur penjualan berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melibatkan pedagang perantara dalam wilayah yang sama. Contoh penulisan pola utama distribusi:

Produsen -> Pedagang Perantara -> Konsumen Akhir

Namun demikian, beberapa wilayah memenuhi Sebagian besar kebutuhan konsumsi suatu komoditas dengan mengimpor dari wilayah lain, sehingga pola utama distribusi perdagangan tidak dimulai dari produsen di dalam provinsinya, melainkan dari luar provinsi. Contoh penulisan pola utama yang berasal dari luar provinsi:

Luar Provinsi -> Pedagang Perantara -> Konsumen Akhir

Penentuan titik awal pola utama pada suatu provinsi untuk komoditas susu bubuk adalah berdasarkan hasil keberadaan produsen/industri yang memproduksi komoditas tersebut.

2.9 Margin Perdagangan dan Pengangkutan Total (MPP_T)

Margin Perdagangan dan Pengangkutan (MPP) merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian yang mengikutsertakan biaya pengangkutan. Sementara itu, MPP Total (MPP_T) menggambarkan kenaikan harga dari produsen hingga ke konsumen akhir yang dihitung

berdasarkan rasio MPP pelaku perdagangan yang terlibat dalam suatu jalur distribusi. Perhitungan MPP_T menggunakan formula berikut:

$$(\prod_{i=1}^n (1 + MPP_i\%) - 1) \times 100\%$$

Keterangan:

- MPP_i = selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian untuk pelaku usaha ke-*i*
- i* = pelaku perdagangan yang terlibat pada pola utama
- n* = jumlah pelaku perdagangan yang terlibat pada pola utama

Tahapan perhitungan MPP Total pola utama Adalah:

- Menentukan pola utama distribusi perdagangan komoditas. Contoh pola utama yang terbentuk sebagai berikut: Produsen -> Pedagang grosir -> Pedagang eceran -> Konsumen akhir
- Menghitung rasio MPP dari masing-masing pelaku perdagangan (MPP_i) yang terlibat dalam pola utama distribusi perdagangan. MPP dari pelaku usaha distribusi dilakukan dengan cara menghitung selisih jumlah penjualan dikurangi jumlah pembelian dari seluruh pelaku usaha pada level tertentu. Sedangkan rasionya diperoleh dengan membagi selisih nilai penjualan dan pembelian terhadap nilai pembeliannya.

Contoh diperoleh: MPP pedagang grosir = 11,83%; MPP Pedagang Eceran = 12,09%.

Sebagai catatan, survei ini tidak meneliti distribusi perdagangan secara berkesinambungan. Sebagai ilustrasi, survei ini tidak meneliti produsen A kemudian menelusuri pedagang perantara yang membeli komoditas dari produsen A yang selanjutnya mendistribusikannya ke konsumen akhir. Pemilihan produsen dan pedagang perantara dipilih berdasarkan metodologi statistik yang dijelaskan pada Bab 2.5.

Sementara itu, rasio MPP setiap pelaku perdagangan pada pola utama dihitung berdasarkan transaksi pembelian pada setiap pedagang perantara dengan seluruh pelaku usaha lain (produsen maupun pedagang), yang kemudian dijual ke konsumen akhir atau pelaku usaha lain yang berada dalam wilayah yang sama.

c. Mengitung MPPT dengan formula (1)

$$MPP_T = \{[(1+11,83\%) \times (1+12,09\%)] - 1\} \times 100\% = 25,35\%$$

Perhitungan MPP_T pada jalur/pola lainnya dapat dilakukan dengan cara yang sama.

2.10 Potensi Pola Terpanjang dan Terpendek

Selain pola utama, hasil survei juga menunjukkan adanya potensi pola terpanjang dan terpendek yang terbentuk dari pola distribusi dari produsen hingga ke konsumen akhir. **Potensi pola terpanjang** merupakan jalur distribusi dari produsen ke konsumen akhir yang melibatkan pelaku

perdagangan dengan jumlah paling banyak. Sebaliknya, **potensi pola terpendek** merupakan jalur distribusi dari produsen ke konsumen akhir yang melibatkan pelaku perdagangan dengan jumlah paling sedikit. Jika jumlah pelaku perdagangan sama, maka potensi pola yang dipilih adalah jalur distribusi dengan MPP_T tertinggi untuk potensi pola terpanjang dan MPP_T terendah untuk potensi pola terpendek.

2.11 Mirroring Wilayah Pendistribusian dari/ke Luar Provinsi

Publikasi ini menggunakan Metode *Mirroring* untuk wilayah pembelian atau penjualan dari/ke luar provinsi pada data hasil survei. Asumsi penggunaan metode tersebut adalah:

Ketika Provinsi A menjual komoditas ke Provinsi B, maka Provinsi B membeli komoditas tersebut dari Provinsi A.

Jika digambarkan dengan matriks, maka terbentuk matriks pendistribusian sebagai berikut:

Tabel 2.3 Mirroring Wilayah Pendistribusian dari/ke Luar Provinsi

M		Provinsi Asal Pembelian					
		11	12	13	...	91	94
Provinsi Tujuan Penjualan	11		M11.12	M11.13	...	M11.91	M11.94
	12	M12.11			...	M12.91	M12.94
	13	M13.11	M13.12		...	M13.91	M13.94
	...	...	...	..		...	...
	91	M91.11	M91.12	M91.13	...		M94.91
	94	M94.11	M94.12	M94.13	...	M94.91	

Catatan: M12.11 = M11.12, Dimana penjualan suatu komoditas dari Provinsi Aceh ke Sumatera Utara sama dengan pembelian komoditas tersebut oleh Provinsi Sumatera Utara dari Aceh.

2.12 Tata Cara Pembacaan Pola

Berikut Adalah tata cara membaca pola yang ditampilkan dalam publikasi ini.

1. Pada setiap pembahasan akan ada ikon yang mewakili komoditas yang sedang dilakukan observasi. Ikon tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.4 Ikon Komoditas

Ikon	Keterangan
(1)	(2)
	Produsen Susu Bubuk
	Komoditas Susu Bubuk

2. Pedagang perantara dan pelaku usaha yang terlibat dalam distribusi perdagangan komoditas dibedakan dalam warna. Pembagian warna tersebut adalah:
 - a. Warna biru langit (●) mewakili fungsi kelompok pedagang besar (PB)

- b. Warna merah muda (●) mewakili fungsi kelompok pedagang eceran (PE)
- c. Warna kuning muda (●) mewakili fungsi kelompok konsumen akhir
- d. Warna ungu (●) mewakili wilayah pembelian/penjualan dari/ke luar provinsi

3. Pembagian kelompok pelaku usaha yang dimaksud pada poin di atas adalah sebagai berikut:
 - a. Kelompok PB: distributor, subdistributor, agen, pedagang pengepul, pedagang grosir, eksportir, dan importir.
 - b. Kelompok PE: supermarket/swalayan dan pedagang eceran
 - c. Kelompok konsumen akhir: industry pengolahan, kegiatan usaha lainnya, pemerintah dan Lembaga nirlaba, serta rumah tangga.
4. Jenis garis yang ada dalam penyajian pola terdiri dari 4 macam, yaitu:
 - a. Garis solid 1 poin (→), menunjukkan alur distribusi penjualan yang di dapat dari data penjualan perdagangan menurut fungsi perusahaan./usaha.
 - b. Garis solid tebal 6 poin (→), menunjukkan alur distribusi penjualan utama berdasarkan dari hulu ke hilir. Apabila penjualan yang terbesar dari produsen adalah ke konsumen akhir, maka pola utama diambil dari penjualan terbesar produsen yang ditujukan ke pedagang.

- c. Garis putus-putus 1 poin (---→), menunjukkan data tambahan yang diperoleh dari data pembelian perdagangan menurut fungsi perusahaan/usaha yang menjadi pelengkap jalur distribusi pada jalur distribusi yang terputus.

Apabila pola utama melalui garis putus-putus, maka jalur tersebut diganti menjadi garis solid tebal 6 poin. Tetapi jika pola utama berawal dari luar provinsi, dimana jalur dari luar provinsi tersebut diperoleh dari informasi pembelian, maka jalur pola utama dari luar provinsi ke pedagang menjadi garis putus-putus tebal 6 poin.

- d. Garis putus titik-titik putus (-...→), menunjukkan jalur penjualan tambahan jika jalur distribusi yang ada tidak didapatkan baik dari data penjualan maupun data pembelian. Hal ini terjadi jika tidak diperoleh sampel untuk pelaku usaha terkait. Ditetapkan bahwa jika informasinya terputus pada arus distribusi di Tingkat PB, maka langsung digariskan ke PE dengan tipe garis ini. Sedang jika terjadi terputusnya arus distribusi di Tingkat PE, maka langsung digariskan ke konsumen akhir. Apabila dalam pola distribusi utama melalui garis putus titik-titik putus maka garis tersebut diganti dengan garis solid tebal 6 poin.

5. Garis penghubung setiap pelaku usaha dibedakan dengan warna-warna khusus yang mewakili setiap pelaku usaha. Rincian garis tersebut sebagai berikut:

- a. Produsen diwakili warna coklat (—→),
b. Distributor diwakili warna hijau (—→),

- c. Sub Distributor diwakili warna biru muda (—→),
d. Agen diwakili warna merah (—→),
e. Pedagang Grosir diwakili warna jingga (—→),
f. Eksportir diwakili warna oranye (—→),
g. Importir diwakili warna magenta (—→),
h. Pedagang eceran diwakili warna hitam (—→),
i. Supermarket/swalayan diwakili warna biru (—→),
j. Luar provinsi diwakili warna ungu (—→).

6. Setiap garis alur distribusi akan diberikan informasi kuantitatif berupa persentase distribusi dari satu pelaku usaha ke pelaku usaha lainnya. Khusus untuk garis tambahan baik yang berupa garis putus-putus (---→) maupun garis putus titik titik putus (-...→) tidak disertakan informasi persentasenya. Garis tambahan yang telah berubah menjadi garis solid akan diberikan informasi berupa persentase dengan nilai 100%





3.1 GAMBARAN UMUM

Susu bubuk merupakan produk olahan susu yang dihasilkan melalui proses pengeringan terhadap susu cair sehingga sebagian besar kandungan airnya dihilangkan. Salah satu teknik pengeringan yang praktis untuk memproduksi susu bubuk adalah *spray drying* (Schuck, 2002). Proses pengeringan tersebut mampu mempertahankan mayoritas kandungan gizi penting, sehingga susu bubuk tetap menjadi sumber protein, kalsium, lemak, dan vitamin yang signifikan. Pengeringan pada suhu tinggi juga berperan dalam menurunkan kontaminasi mikroba, sehingga meningkatkan keamanan produk susu bubuk. Dengan teknik tersebut, dapat dihasilkan susu bubuk yang memiliki masa simpan panjang, stabil dalam penyimpanan, dan mudah didistribusikan.

Produk berbasis susu bubuk telah menjadi bahan penting dalam industri pangan di banyak negara, termasuk Indonesia. Susu bubuk digunakan secara luas sebagai bahan baku berbagai industri makanan dan minuman seperti pembuatan roti, susu formula bayi, es krim, makanan penutup, minuman, serta kebutuhan rumah tangga (Romo dkk., 2024). Sifatnya yang serbaguna membuat susu bubuk mudah dicampurkan dengan beragam bahan lain dan menghasilkan mutu produk yang konsisten. Dengan keunggulan tersebut, susu bubuk membantu industri pangan memproduksi berbagai jenis olahan susu secara lebih efisien dan berkelanjutan.

Sebagai komoditas yang banyak digunakan dalam rantai pasok pangan, perkembangan industri susu bubuk juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti inovasi teknologi pengolahan, perubahan preferensi konsumen, serta ekspansi industri makanan dan minuman. Penggunaan susu bubuk sebagai bahan baku utama di berbagai lini produksi mendorong peningkatan permintaan di sektor industri, sementara di tingkat rumah tangga, pola konsumsi turut dipengaruhi oleh pertumbuhan penduduk dan peningkatan kesadaran gizi. Susu bubuk memiliki peran strategis dalam memastikan ketersediaan produk olahan susu di pasar domestik maupun internasional.

Di pasar global, volume perdagangan produk susu olahan (termasuk susu bubuk) menunjukkan tren yang meningkat. (Bai dkk, 2023) mencatat bahwa volume ekspor global produk susu olahan meningkat dari 19,56 juta ton pada tahun 2000 menjadi 35,83 juta ton pada tahun 2020 atau meningkat sekitar 83,18 persen dalam dua dekade. Peningkatan tersebut didorong oleh tingginya permintaan di pasar internasional dan kapasitas produksi yang besar di negara-negara pemasok utama seperti Selandia Baru, Amerika Serikat, dan negara-negara anggota Uni Eropa. Di Indonesia, kebutuhan susu bubuk dalam negeri dipenuhi melalui kombinasi produksi oleh perusahaan pengolahan susu bubuk dan impor dari negara-negara produsen.

3.1.1 Sebaran Perusahaan Susu Bubuk di Indonesia

Berdasarkan direktori Industri Besar Sedang (IBS) BPS, jumlah perusahaan yang memproduksi susu bubuk pada tahun 2024 ada sebanyak 19 perusahaan. Seluruh perusahaan tersebut terkonsentrasi di pulau Jawa, yakni pada Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, dan Jawa Timur. Konsentrasi ini sejalan dengan kedekatan wilayah tersebut dengan pusat industri makanan dan minuman, infrastruktur logistik, serta ketersediaan tenaga kerja dan jaringan distribusi yang lebih berkembang.



Catatan: provinsi yang memiliki perusahaan susu bubuk
Sumber: Direktori IBS 2024, BPS

Gambar 3.1 Sebaran Industri Susu Bubuk di Indonesia

Dari daftar perusahaan susu bubuk yang tercatat pada direktori IBS, provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur merupakan provinsi dengan jumlah perusahaan susu bubuk terbanyak, yakni masing-masing enam perusahaan. Perusahaan susu bubuk di Jawa Barat berlokasi di Bekasi, Karawang, Bandung, dan Bogor. Selanjutnya, perusahaan susu bubuk di Jawa Timur terletak di Mojokerto, Pasuruan, Gresik, Surabaya, dan Sidoarjo.

Sebaran perusahaan pengolahan susu bubuk tersebut menjadi dasar dalam penentuan titik awal distribusi susu bubuk nasional, mengingat lokasi industri pengolahan akan berpengaruh terhadap alur distribusi produk susu bubuk dari produsen hingga konsumen akhir. Berikut disajikan secara lengkap jumlah perusahaan yang memproduksi susu bubuk menurut provinsi dan kabupaten/kota.

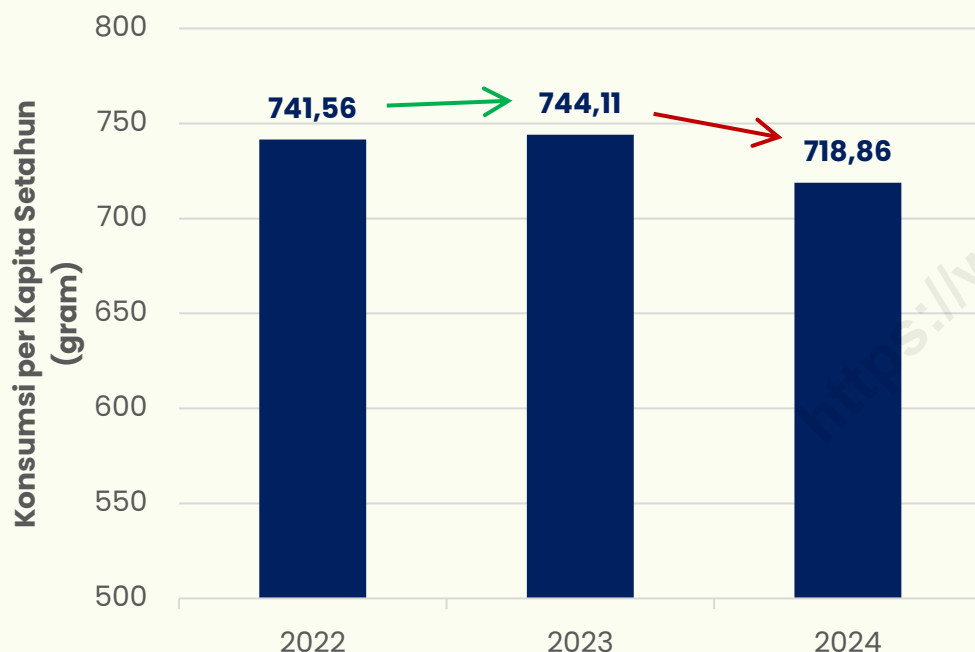
Tabel 3.1 Sebaran Perusahaan Susu Bubuk di Indonesia Menurut Provinsi dan Kabupaten/Kota, 2024

Kode Provinsi	Provinsi	Kab/Kota	Jumlah Perusahaan
(1)	(2)	(3)	(4)
31	DKI Jakarta	Kota Jakarta Timur	2
32	Jawa Barat	Kab. Bogor	1
32	Jawa Barat	Kab. Karawang	1
32	Jawa Barat	Kab. Bekasi	2
32	Jawa Barat	Kota Bandung	2
33	Jawa Tengah	Kab. Banyumas	1
33	Jawa Tengah	Magelang	1
33	Jawa Tengah	Kab. Batang	1
33	Jawa Tengah	Kab. Tegal	1
34	DI Yogyakarta	Kab. Sleman	1
35	Jawa Timur	Kab. Pasuruan	2
35	Jawa Timur	Kab. Sidoarjo	1
35	Jawa Timur	Kab. Mojokerto	1
35	Jawa Timur	Kab. Gresik	1
35	Jawa Timur	Kota Surabaya	1
Indonesia			19

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.
Sumber: Direktori IBS 2024, BPS

3.1.2 Konsumsi Susu Bubuk di Indonesia

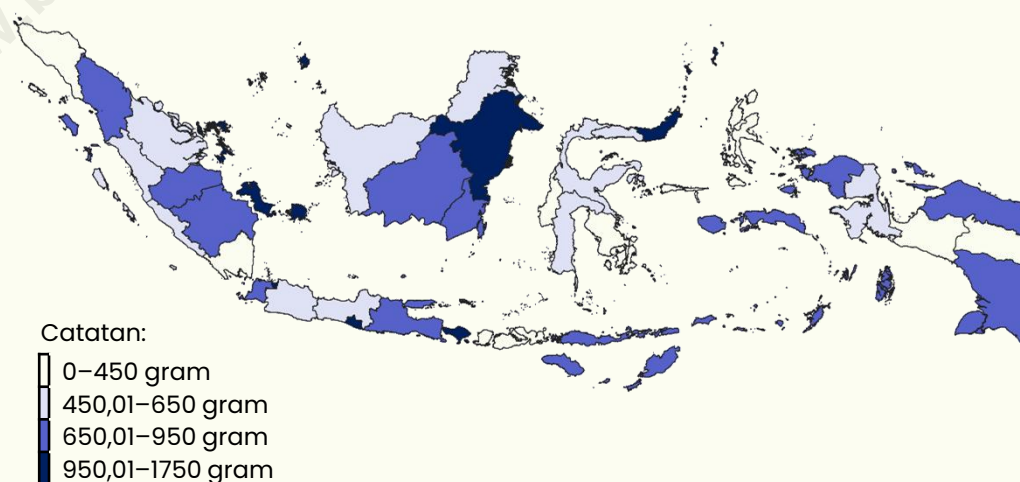
Data konsumsi susu bubuk diperoleh dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang memberikan gambaran konsumsi susu bubuk untuk rumah tangga di Indonesia. Pada tahun 2024, total konsumsi susu bubuk nasional dalam setahun mencapai 200,80 ribu ton. Jika dirata-ratakan, setiap penduduk Indonesia mengonsumsi sekitar 718,86 gram susu bubuk per tahun. Angka konsumsi per kapita tersebut turun jika dibandingkan tahun 2023 yang sebesar 744,11 gram per kapita setahun.



Sumber: Susenas BPS (Maret, 2022–2024)

Gambar 3.2 Perkembangan Rata-Rata Konsumsi Susu Bubuk di Indonesia (gram/kapita/tahun), 2022–2024

Rata-rata konsumsi susu bubuk per kapita setahun antarprovinsi menunjukkan variasi yang cukup beragam. Berdasarkan data Susenas Maret 2024, beberapa provinsi mencatat rata-rata konsumsi per kapita setahun yang relatif tinggi, seperti DI Yogyakarta sebesar 1.202,16 gram, diikuti oleh Kepulauan Riau (1.204,81 gram) dan Sumatera Selatan (847,37 gram). Sementara itu, beberapa provinsi lain mencatat tingkat konsumsi yang lebih rendah, antara lain Papua Pegunungan yang sebesar 52,87 gram per kapita setahun, Maluku Utara (308,77 gram), dan Nusa Tenggara Barat (326,27 gram). Keragaman pola konsumsi ini mencerminkan perbedaan preferensi pangan, karakteristik demografis, serta tingkat akses terhadap produk berbasis susu di masing-masing wilayah.



Sumber: Susenas BPS (Maret, 2022–2024)

Gambar 3.3 Rata-Rata Konsumsi Susu Bubuk per Kapita Setahun Menurut Provinsi (gram), 2024

Jika dilihat dari total konsumsi dalam setahun, provinsi dengan jumlah konsumsi tertinggi terkonsentrasi di Pulau Jawa. Pada tahun 2024, provinsi dengan total konsumsi susu bubuk tertinggi adalah Jawa Timur dengan 31,35 ribu ton, diikuti oleh Jawa Barat sebesar 29,07 ribu ton, dan Jawa Tengah sebesar 22,48 ribu ton. Total konsumsi susu bubuk pada tiga provinsi tersebut menyumbang sekitar 41,28 persen konsumsi susu bubuk nasional. Tingginya konsumsi di provinsi-provinsi tersebut sejalan dengan ukuran populasi yang besar dan aktivitas ekonomi yang lebih intensif. Sementara itu, provinsi dengan total konsumsi paling rendah adalah Papua Pegunungan (58,61 ton) dan Papua Barat (269,01 ton).



Sumber: Susenas BPS (Maret, 2022–2024)

Gambar 3.4 Total Konsumsi Susu Bubuk Setahun Menurut Provinsi (ton), 2024

Pola konsumsi susu bubuk yang bervariasi antarprovinsi mungkin dipengaruhi oleh struktur demografi dan karakteristik sosial ekonomi masing-masing provinsi. Provinsi dengan

tingkat urbanisasi yang lebih tinggi umumnya menunjukkan pola konsumsi susu bubuk yang lebih intensif, sejalan dengan keberadaan pasar ritel modern dan ketersediaan produk olahan susu yang lebih beragam. Sementara itu, wilayah dengan proporsi penduduk perdesaan yang lebih besar cenderung memiliki pola konsumsi yang berbeda, dipengaruhi oleh preferensi pangan lokal, harga relatif, serta akses terhadap susu bubuk.

Setelah mengetahui jumlah perusahaan susu bubuk di Indonesia serta tingkat konsumsi susu bubuk di berbagai wilayah di Indonesia, publikasi ini selanjutnya memaparkan hasil pengamatan lapangan berupa pola distribusi perdagangan susu bubuk, analisis pola utama distribusi perdagangan, dan margin perdagangan pengangkutan (MPPT) dari produsen hingga ke konsumen akhir di masing-masing provinsi. Data yang disajikan bersumber dari hasil Survei Pola Distribusi Perdagangan Komoditas Susu Bubuk 2025.



INDONESIA



Jumlah Pabrik Susu Bubuk yang beroperasi di Indonesia pada Tahun 2024 Sebanyak **19 Pabrik**

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



Cakupan wilayah survei pola distribusi barang susu bubuk meliputi seluruh provinsi di Indonesia. Wilayah yang dialokasikan sebagai sampel distribusi perdagangan susu bubuk mencakup 356 kabupaten/kota yang tersebar di 38 provinsi.

3.2 POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN INDONESIA

Pola distribusi menggambarkan alur distribusi suatu barang. Alur distribusi merupakan aliran perpindahan produk yang dipasarkan dari produsen ke konsumen, dimana jumlah dan macam perantara distribusinya berbeda-beda. Hasil Survei Pola Distribusi menunjukkan bahwa distribusi perdagangan susu bubuk di Indonesia tahun 2025 yang terbentuk dari produsen ke konsumen akhir dapat melibatkan hingga tujuh pelaku usaha distribusi perdagangan (pedagang perantara), baik level pedagang besar (seperti importir, distributor, subdistributor, agen, dan pedagang grosir), maupun level eceran (seperti pedagang eceran termasuk supermarket/swalayan). Masing-masing pelaku usaha distribusi perdagangan tersebut menjalankan perannya dalam rantai distribusi perdagangan susu bubuk, yang mana pedagang besar menjual komoditasnya secara *wholesale* dan pedagang eceran menjual komoditasnya secara *retail*.

Kompleksitas distribusi perdagangan susu bubuk di Indonesia digambarkan pada pola distribusi perdagangan yang disajikan pada Halaman 23. Pola distribusi perdagangan susu bubuk yang disajikan secara lengkap tersebut menggambarkan jalur-jalur distribusi dari produsen dan setiap pelaku usaha perdagangan hingga ke konsumen akhir.

Hasil Survei Pola Distribusi (Poldis) menunjukkan bahwa hasil produksi dari pabrik-pabrik yang mengolah susu segar menjadi susu bubuk di Indonesia didistribusikan baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu melalui pedagang perantara seperti: distributor, sub distributor, agen, grosir, dan ritel. Susu bubuk untuk memenuhi kebutuhan nutrisi karena kaya akan protein, kalsium, dan vitamin yang mendukung kesehatan tulang, otot, serta pertumbuhan anak. Susu bubuk dapat digunakan dalam berbagai industri, seperti industri makanan dan minuman (roti, kue, es krim, coklat, permen, dan minuman), industri produk susu olahan (keju, yogurt, dan susu kental manis).

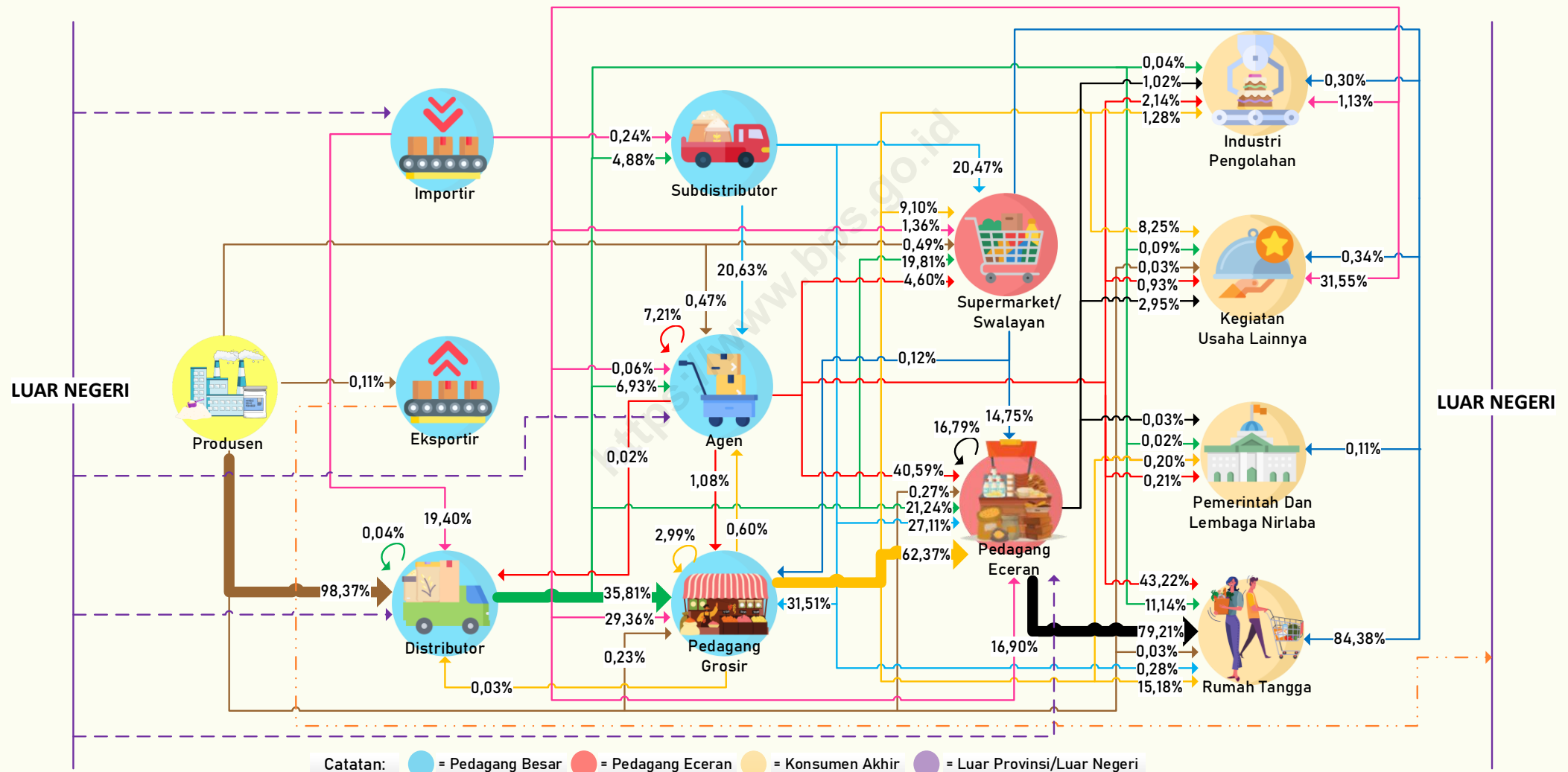


POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR NEGERI

DALAM NEGERI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR NEGERI



Hasil Survei Pola Distribusi menunjukkan bahwa pasokan susu bubuk di Indonesia tidak hanya berasal dari produksi dalam negeri, tetapi juga diimpor dari berbagai negara, seperti Australia, Swiss, Tiongkok, Malaysia, dan Selandia Baru. Setelah masuk ke Indonesia, produk susu bubuk impor tersebut didistribusikan oleh para importir ke berbagai pelaku perdagangan, mulai dari pedagang besar seperti distributor, subdistributor, agen, hingga pedagang grosir, serta kepada pedagang eceran seperti supermarket atau swalayan.

Dari pola distribusi perdagangan lengkap yang disajikan pada Halaman 23, dapat diperoleh juga pola utama distribusi perdagangan susu yang merupakan pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara. Pola utama distribusi perdagangan digambarkan dengan garis tebal yang menghubungkan antara produsen, pedagang, dan konsumen akhir.

Berdasarkan Halaman 23, pola utama distribusi perdagangan susu bubuk secara nasional adalah Produsen–Distributor–Pedagang Grosir–Pedagang Eceran–Konsumen Akhir.

Banyaknya rantai pada pola utama distribusi perdagangan susu bubuk yang terbentuk secara nasional dari produsen sampai dengan konsumen akhir adalah empat rantai dengan melibatkan tiga pedagang perantara yakni distributor, pedagang grosir, dan pedagang eceran.



POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama distribusi susu bubuk di Indonesia memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
35,71%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

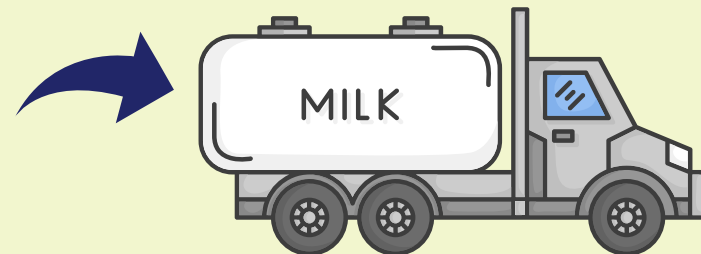
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR NEGERI

Indonesia melakukan **pembelian** susu bubuk dari **Luar Negeri** yaitu Australia, Swiss, Tiongkok, Malaysia, dan Selandia Baru.





MARGIN PERDAGANGAN DAN PENGANGKUTAN

Berdasarkan hasil survei diperoleh data Margin Perdagangan dan Pengangkutan Total (MPP_T) pada pola utama pendistribusian susu bubuk di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 3.2 Margin Perdagangan dan Pengangkutan Total (MPP_T) Komoditas Susu Bubuk (persen), 2025

Kode Provinsi	Provinsi	MPP_T (%)	Jumlah Rantai
(1)	(2)	(3)	(4)
11	Aceh	20,42	3
12	Sumatera Utara	12,63	3
13	Sumatera Barat	15,81	3
14	Riau	12,87	3
15	Jambi	49,73	4
16	Sumatera Selatan	20,55	3
17	Bengkulu	58,81	4
18	Lampung	18,00	3
19	Kepulauan Bangka Belitung	16,99	4
21	Kepulauan Riau	20,39	3
31	DKI Jakarta	21,99	3
32	Jawa Barat	44,92	3
33	Jawa Tengah	18,95	3
34	DI Yogyakarta	20,67	3
35	Jawa Timur	28,61	4
36	Banten	27,20	3
51	Bali	12,81	5
52	Nusa Tenggara Barat	16,88	3
53	Nusa Tenggara Timur	55,62	3

Kode Provinsi	Provinsi	MPP_T (%)	Jumlah Rantai
(1)	(2)	(3)	(4)
61	Kalimantan Barat	23,81	3
62	Kalimantan Tengah	13,60	3
63	Kalimantan Selatan	24,43	3
64	Kalimantan Timur	50,72	4
65	Kalimantan Utara	16,06	3
71	Sulawesi Utara	20,27	3
72	Sulawesi Tengah	24,57	4
73	Sulawesi Selatan	43,66	4
74	Sulawesi Tenggara	10,20	3
75	Gorontalo	22,85	3
76	Sulawesi Barat	56,81	4
81	Maluku	19,87	4
82	Maluku Utara	40,82	4
91	Papua Barat	19,56	3
92	Papua Barat Daya	44,96	4
94	Papua	13,74	3
95	Papua Selatan	12,69	3
96	Papua Tengah	13,17	2
97	Papua Pegunungan	33,82	2
	Indonesia	35,71	4



MARGIN PERDAGANGAN DAN PENGANGKUTAN

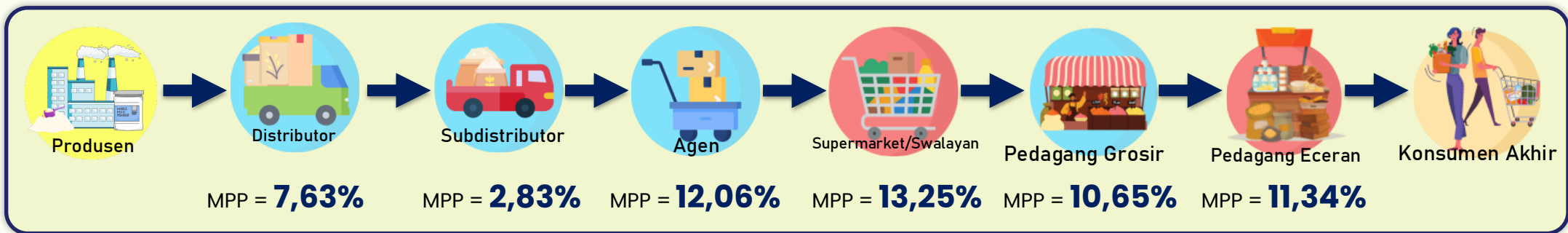
Hasil Survei Poldis menunjukkan bahwa Margin Perdagangan dan Pengangkutan Total (MPP_T) dari pola utama distribusi susu bubuk secara nasional adalah sebesar 35,71 persen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kenaikan harga susu bubuk dari produsen sampai ke konsumen akhir di Indonesia adalah sebesar 35,71 persen. Pendistribusian utama susu bubuk dari produsen hingga ke konsumen akhir tersebut melibatkan tiga pelaku usaha distribusi perdagangan, yaitu distributor, pedagang grosir, dan pedagang eceran.

Jika ditinjau menurut provinsi, pola utama distribusi perdagangan susu bubuk dengan MPP_T paling rendah terjadi di Provinsi Sulawesi Tenggara dengan MPP_T sebesar 10,20 persen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kenaikan harga susu bubuk dari pembelian luar provinsi sampai dengan konsumen akhir di Provinsi Sulawesi Tenggara berdasarkan pola utamanya adalah sebesar 10,20 persen, dengan melibatkan dua pelaku usaha distribusi perdagangan utama, yaitu distributor dan supermarket/swalayan.

Sebaliknya, pola utama distribusi perdagangan susu bubuk dengan MPP_T tertinggi terjadi di Provinsi Bengkulu MPP_T sebesar 58,81 persen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kenaikan harga susu bubuk dari luar provinsi sampai dengan konsumen akhir di Provinsi Bengkulu berdasarkan pola utamanya adalah sebesar 58,81 persen, dengan melibatkan tiga pelaku usaha distribusi perdagangan, yaitu distributor, pedagang grosir, dan pedagang eceran.



Potensi Pola Terpanjang Distribusi Susu Bubuk



Gambar 3.5 Potensi Pola Terpanjang Distribusi Susu Bubuk di Indonesia, 2025

 **MPP TOTAL**
73,04%

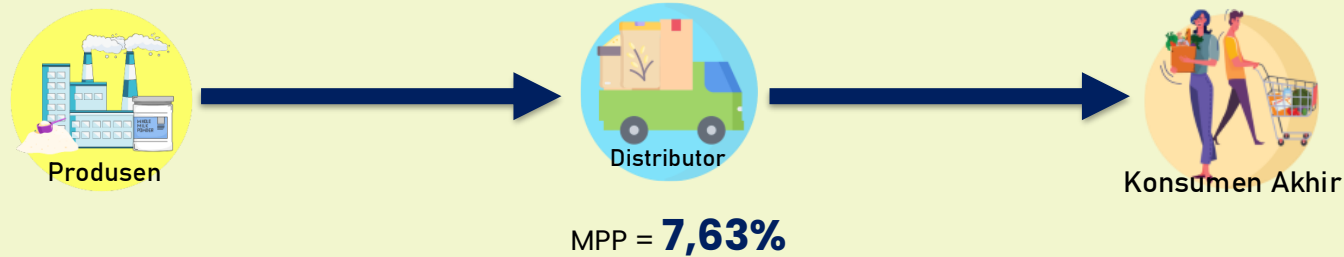
MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Selain pola utama distribusi perdagangan, hasil survei juga menunjukkan adanya potensi pola distribusi terpanjang. Potensi pola terpanjang merupakan jalur distribusi dari produsen hingga ke konsumen akhir yang melibatkan pelaku usaha distribusi perdagangan dengan jumlah paling banyak. Namun, jika jumlah pelaku usaha perdagangan sama, maka potensi pola terpanjang yang dipilih adalah jalur distribusi dengan MPP Total (MPP_T) tertinggi.

Pola utama distribusi susu bubuk nasional berpotensi lebih panjang yaitu menjadi enam rantai ketika melalui jalur: produsen–distributor–subdistributor–agen–pedagang grosir–supermarket/swalayan–pedagang eceran–konsumen akhir. Pendistribusian susu bubuk dari produsen sampai konsumen akhir berpotensi melewati enam pedagang perantara dengan perolehan MPP_T sebesar 73,04 persen.

Potensi Pola Terpendek Distribusi Susu Bubuk



Gambar 3.6 Potensi Pola Terpendek Distribusi Susu Bubuk di Indonesia, 2025



MPP TOTAL
7,63%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Selain potensi pola distribusi terpanjang, hasil Survei Poldis juga menunjukkan adanya potensi pola terpendek. Potensi pola terpendek merupakan jalur distribusi dari produsen ke konsumen akhir yang melibatkan pelaku perdagangan dengan jumlah paling sedikit. Namun, jika jumlah pelaku usaha perdagangan sama, maka potensi pola terpendek yang dipilih adalah jalur distribusi dengan MPP_T terendah.

Pola distribusi susu bubuk berpotensi memperoleh MPP_T lebih rendah ketika perdagangannya melalui jalur: produsen–distributor–konsumen akhir, yang selanjutnya disebut potensi pola terpendek. Pendistribusian susu bubuk dari produsen sampai konsumen akhir berpotensi melewati hanya satu pedagang perantara, yaitu distributor dengan MPP_T sebesar 7,63 persen. Ilustrasi potensi pola terpendek distribusi perdagangan susu bubuk di Indonesia disajikan pada Gambar 3.6.



FENOMENA PERDAGANGAN

Berdasarkan hasil Survei Pola Distribusi (Poldis), diperoleh informasi bahwa sejumlah 6,27 persen pedagang susu bubuk di Indonesia merasa terdampak adanya operasi pasar selama tahun 2025. Operasi pasar merupakan kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk mengendalikan dan menjaga stabilitas harga. Selain itu, sejumlah 2,80 persen pedagang susu bubuk di Indonesia merasa terdampak adanya impor.

Hasil Survei Poldis juga menunjukkan bahwa sejumlah 4,23 persen pelaku usaha perdagangan di Indonesia merasa terdampak adanya bencana. Menurut Undang-undang Nomor 24 Tahun 2007 Tentang Penanggulangan Bencana, bencana dapat didefinisikan sebagai peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan, baik oleh faktor alam dan/atau faktor nonalam maupun faktor manusia. Bencana yang dimaksud dalam publikasi ini antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor, dan sebagainya. Berikutnya disajikan pola distribusi susu bubuk untuk setiap provinsi.

PERSENTASE PELAKU USAHA

41,65%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau *online*.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Indonesia:

6,27%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

4,23%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

2,80%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

PROVINSI

ACEH



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Aceh

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

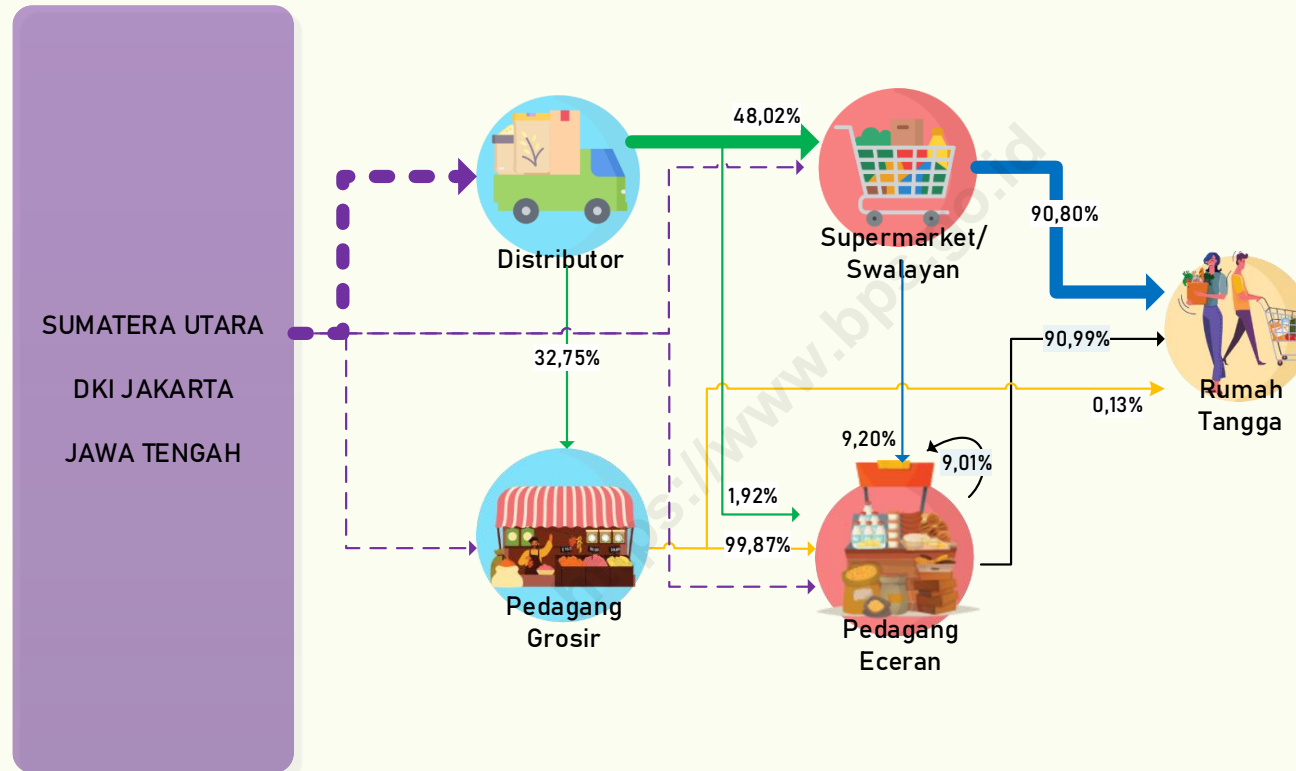
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Aceh dari luar provinsi ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Luar
Provinsi



Distributor
MPP = **11,95%**



Supermarket/Swalayan
MPP = **7,57%**



Konsumen
Akhir

Pola utama di Provinsi Aceh memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
20,42%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

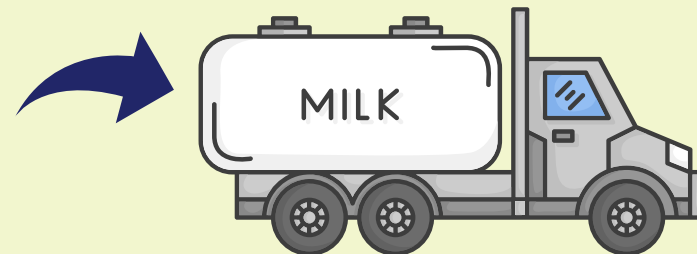
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Aceh melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi Sumatera Utara, DKI Jakarta, dan Jawa Tengah.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Aceh :

4,17%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

4,17%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor.



POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Aceh melalui **3 pedagang perantara** yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **46,72%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Aceh melalui **1 pedagang perantara** yakni Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **9,50%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

29,17%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

SUMATERA UTARA



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di

Provinsi Sumatera Utara

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

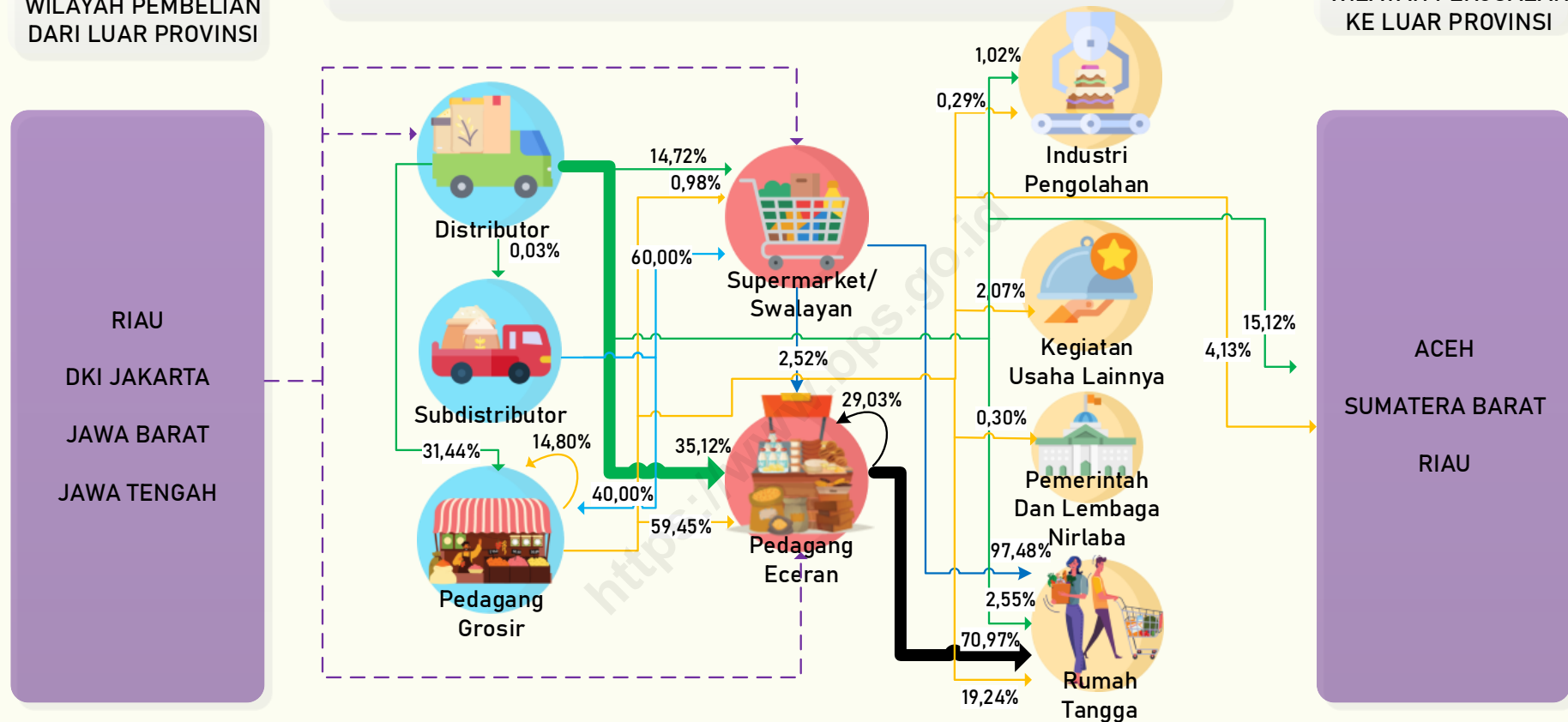


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Catatan:



= Pedagog Besar



= Pedagog Eceran



= Konsumen Akhir



= Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Sumatera Utara dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Luar
Provinsi



Distributor
MPP = **6,61%**



Pedagang Eceran
MPP = **5,65%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Sumatera Utara memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
12,63%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

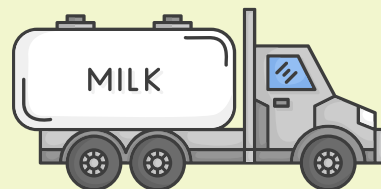
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Sumatera Utara melakukan **pembelian** susu bubuk dari **4 provinsi lain** yaitu Provinsi Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Tengah.



Sumatera Utara melakukan **penjualan** susu bubuk ke **3 provinsi lain** yaitu Provinsi Aceh, Sumatera Barat, dan Riau.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Sumatera Utara :

10,64%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

4,26%

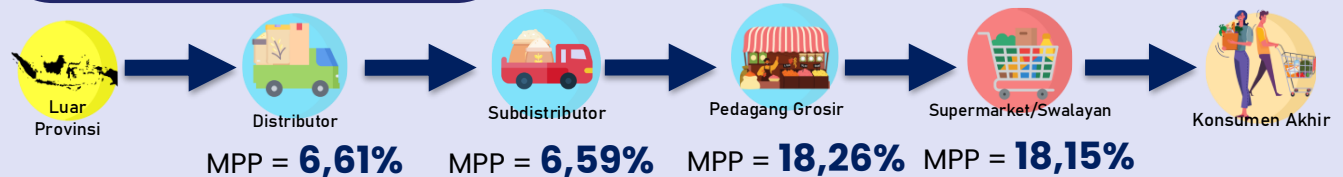
Terdampak
IMPOR

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor.



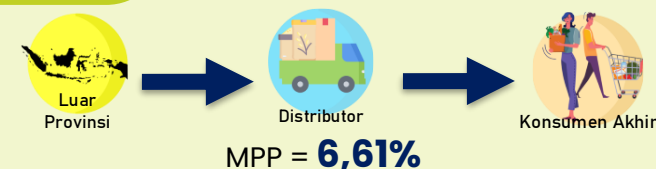
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Sumatera Utara melalui **4 pedagang perantara** yakni Distributor, Subdistributor, Pedagang Grosir, dan Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **58,78%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Sumatera Utara melalui **1 pedagang perantara** yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **6,61%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

59,57%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI SUMATERA BARAT



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Sumatera Barat

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

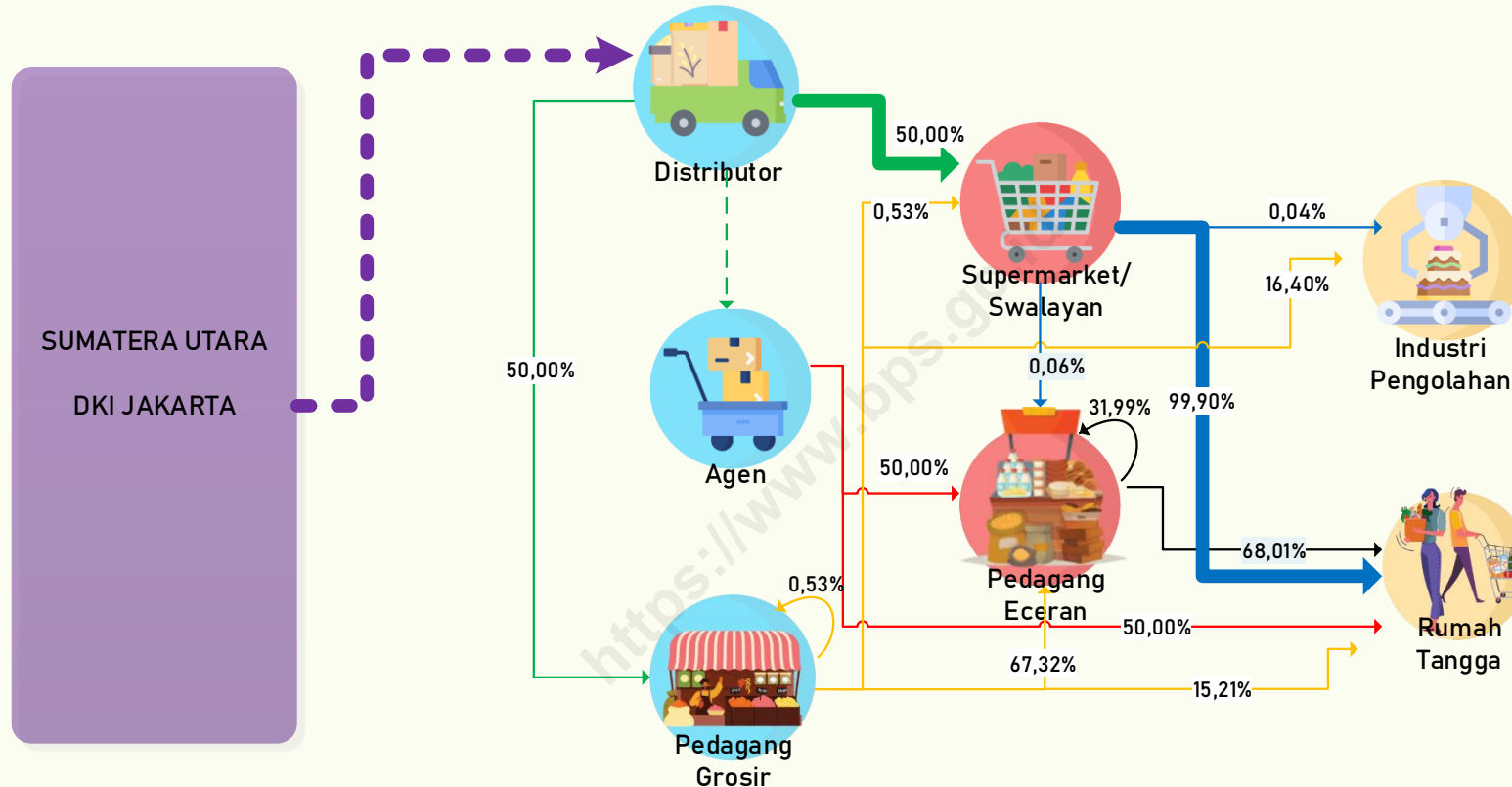
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Sumatera Barat dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Luar
Provinsi



Distributor

MPP = **13,73%**



Supermarket/Swalayan

MPP = **1,83%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Sumatera Barat memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
15,81%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

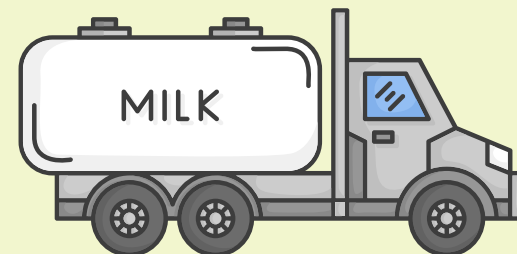
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Sumatera Barat melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Provinsi Sumatera Utara dan DKI Jakarta.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Sumatera Barat :

3,85%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

7,69%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor.



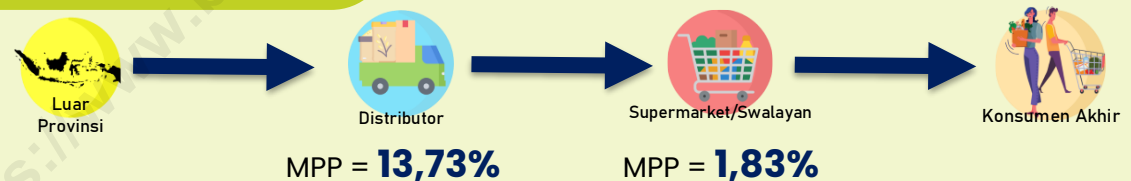
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Sumatera Barat melalui **3 pedagang perantara** yakni Distributor, Pedagang Grosir dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **54,70%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Sumatera Barat melalui **2 pedagang perantara** yakni Distributor dan Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **15,81%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

15,38%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

RIAU



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Riau

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

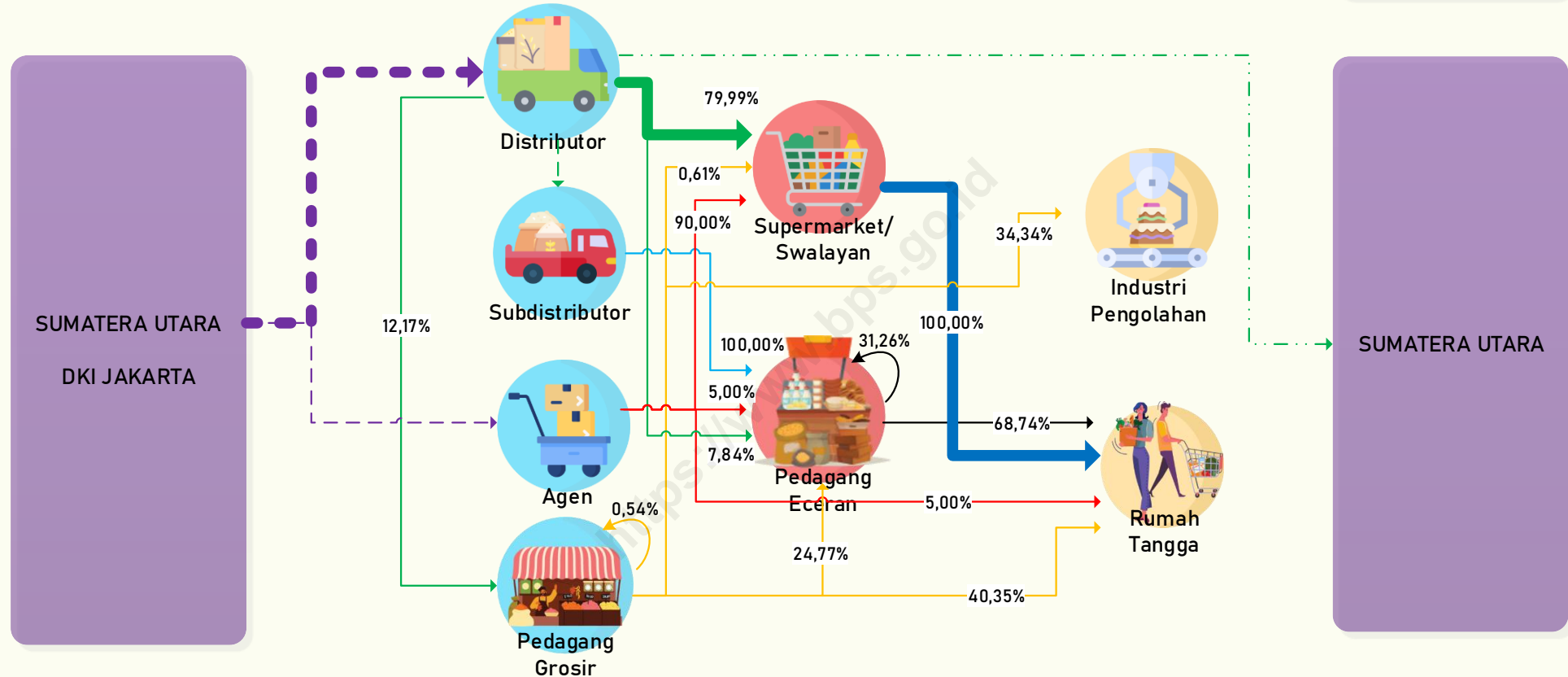


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Riau dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu, distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Luar
Provinsi



Distributor

MPP = **4,93%**



Supermarket/Swalayan

MPP = **7,57%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Riau memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
12,87%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

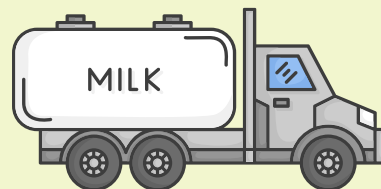
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Riau melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Provinsi Sumatera Utara dan DKI Jakarta.



Riau melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Sumatera Utara.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Riau :

2,70%

Terdampak
IMPOR



Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

5,41%

Terdampak
BENCANA ALAM



Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor.



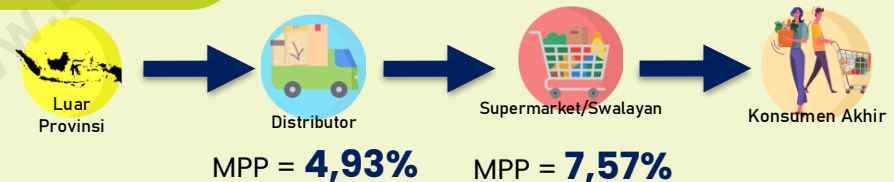
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Riau melalui **3 pedagang perantara** yakni Distributor, Pedagang Grosir, Supermarket/Swalayan dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **25,76%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Riau melalui **2 pedagang perantara** yakni Distributor dan Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **12,87%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

43,24%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

JAMBI



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Jambi

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

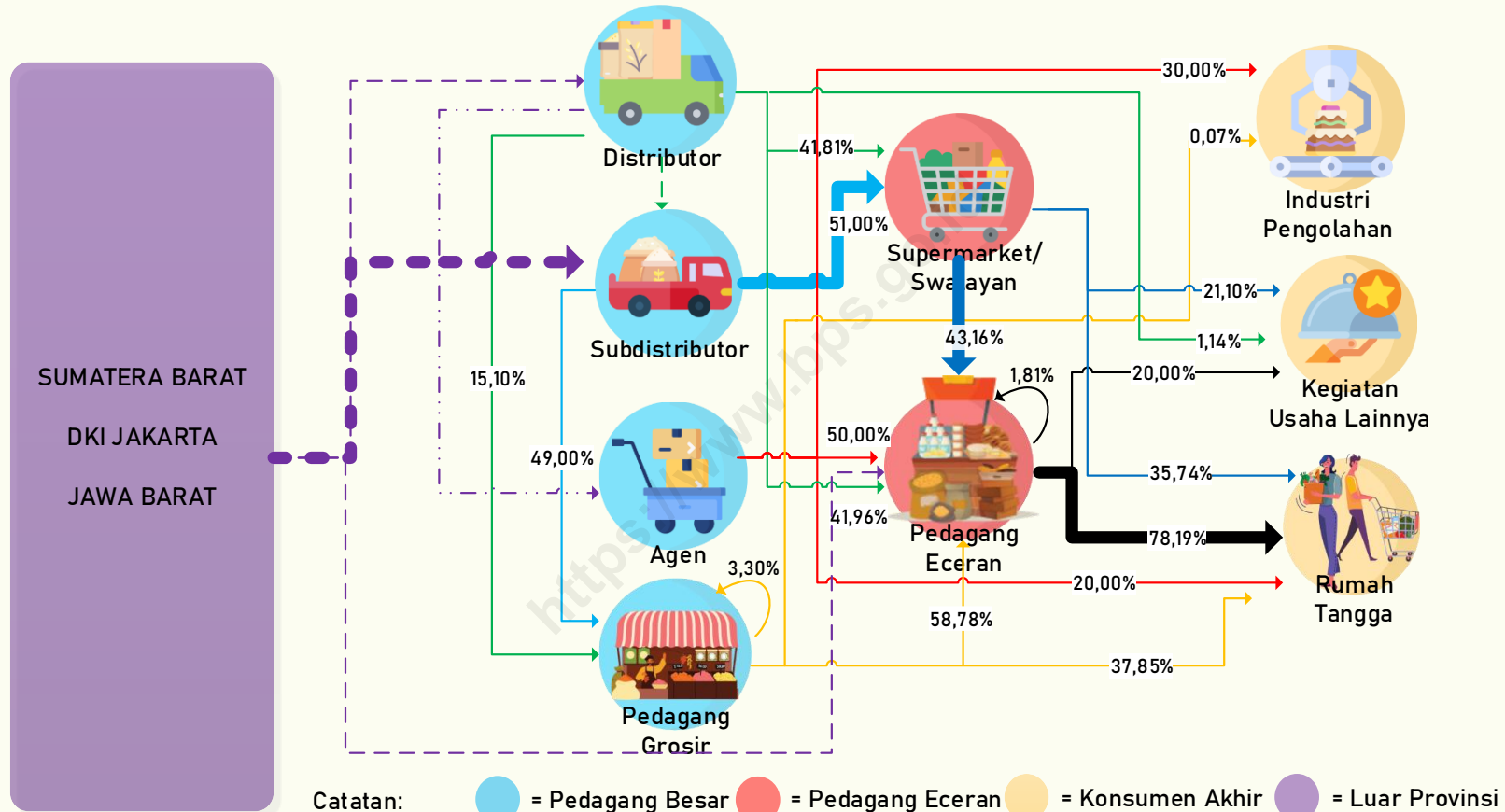
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Jambi dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu, distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Luar
Provinsi



Subdistributor

MPP = **0,63%**



Supermarket/Swalayan

MPP = **36,56%**



Pedagang Eceran

MPP = **8,96%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Jambi memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
49,73%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

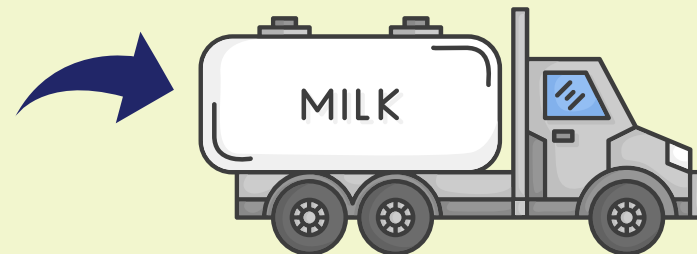
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Jambi melakukan **pembelian** susu bubuk dari **4 provinsi lain** yaitu Provinsi Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Tengah.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Jambi :

13,64%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

9,09%

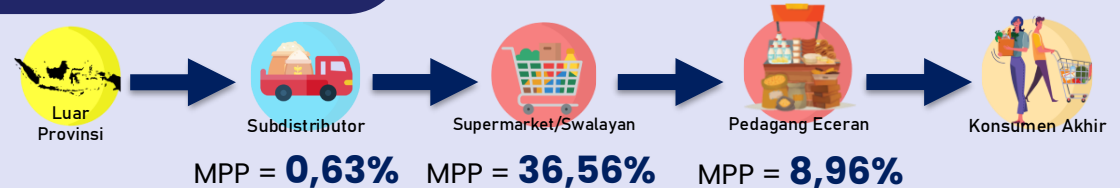
Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor.



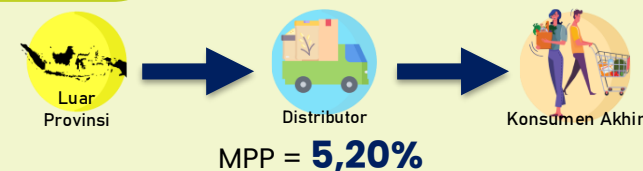
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Jambi melalui **3 pedagang perantara** yakni Subdistributor, Supermarket/Swalayan dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **49,73%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Jambi melalui **1 pedagang perantara** yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **5,20%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

31,82%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI SUMATERA SELATAN



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Sumatera Selatan

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

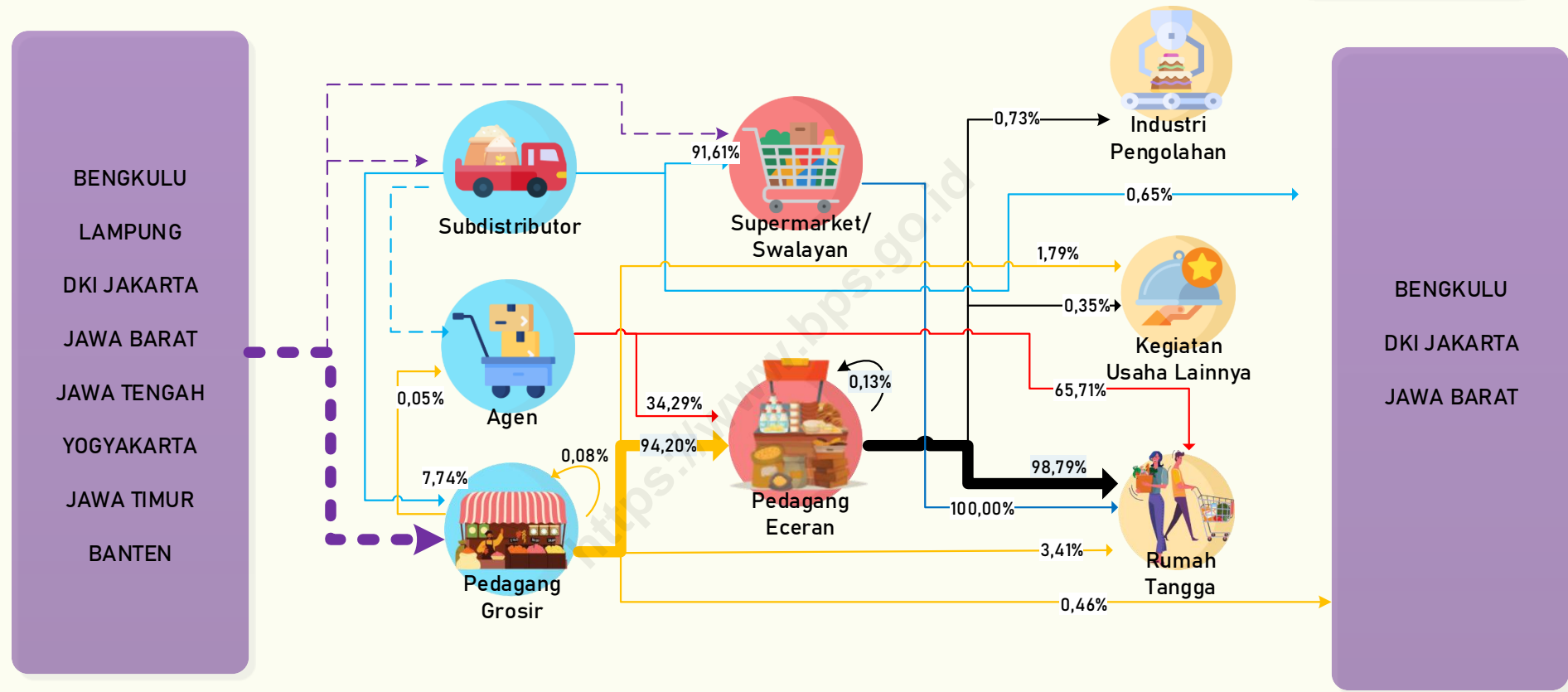


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

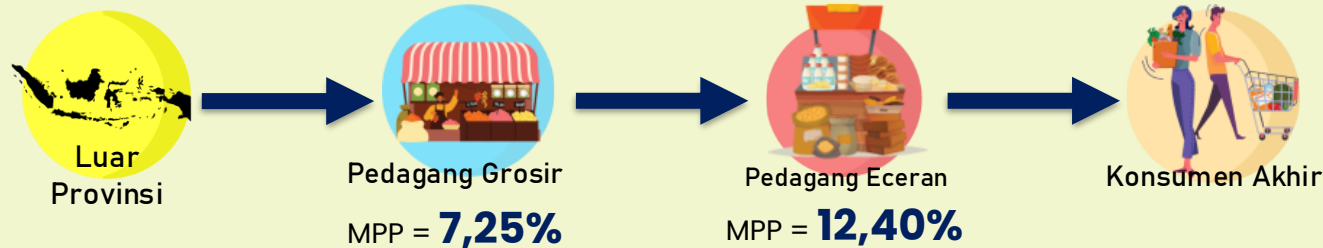
WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Sumatera Selatan dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Sumatera Selatan memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
20,55%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

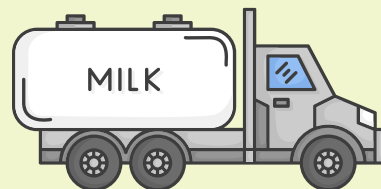
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Sumatera Selatan melakukan **pembelian** susu bubuk dari **8 provinsi lain** yaitu Provinsi Bengkulu, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Banten.



Sumatera Selatan melakukan **penjualan** susu bubuk ke **3 provinsi lain** yaitu Provinsi Bengkulu, DKI Jakarta, Jawa Barat.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Sumatera Selatan:

13,64%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



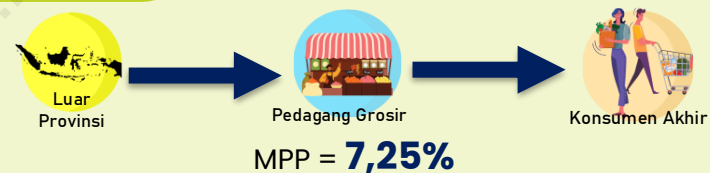
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Sumatera Selatan melalui **3 pedagang perantara** yakni Subdistributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **26,09%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Sumatera Selatan melalui **1 pedagang perantara** yakni Pedagang Grosir dengan **MPP_T** sebesar **7,25%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

48,15%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

BENGKULU



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di

Provinsi Bengkulu

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

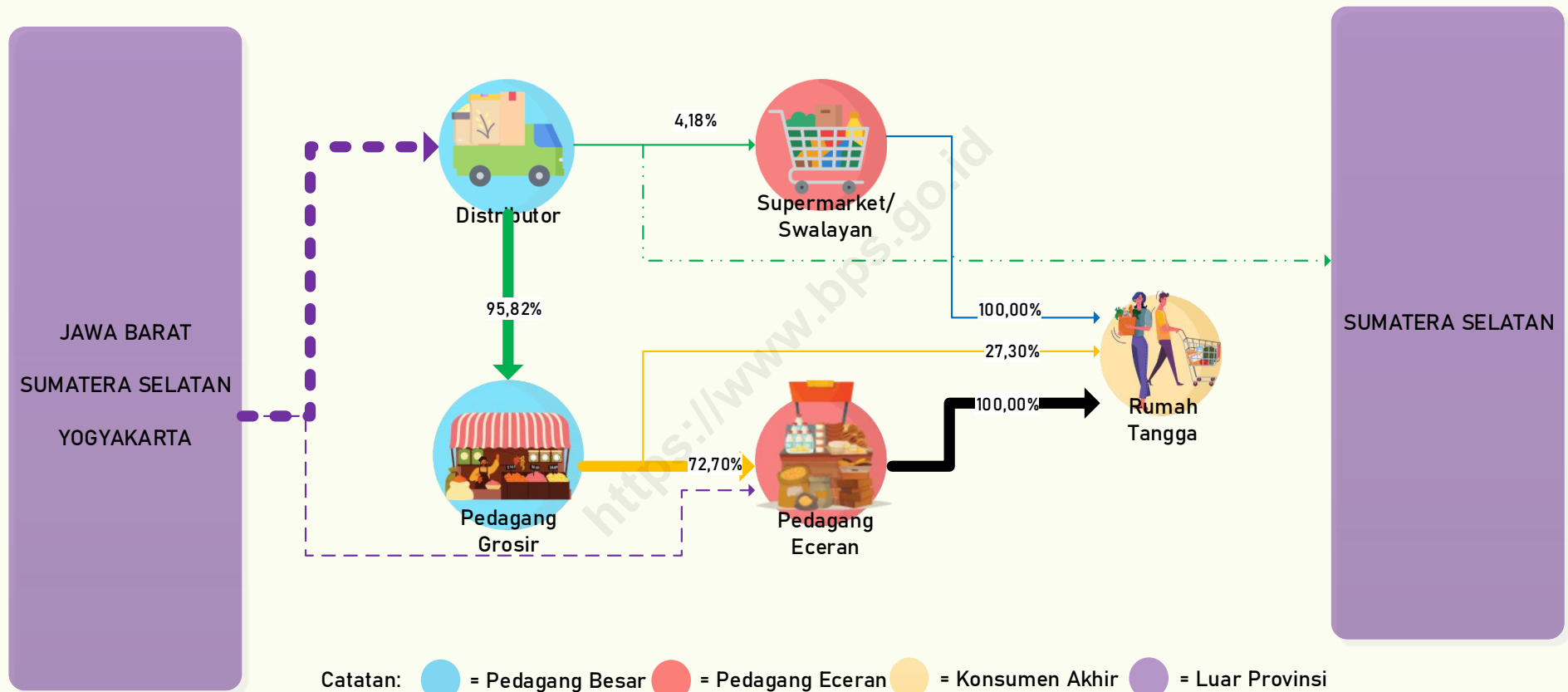


POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Bengkulu dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Bengkulu memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
58,81%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

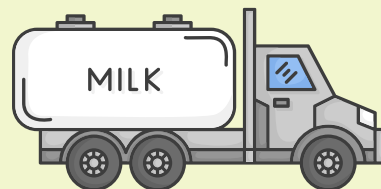
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Bengkulu melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi Sumatera Selatan, Jawa Barat, dan Yogyakarta.



Bengkulu melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Sumatera Selatan.



Selama Januari-Juni 2025, di Provinsi Bengkulu **tidak ada FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG** baik itu operasi pasar, bencana alam, maupun impor.



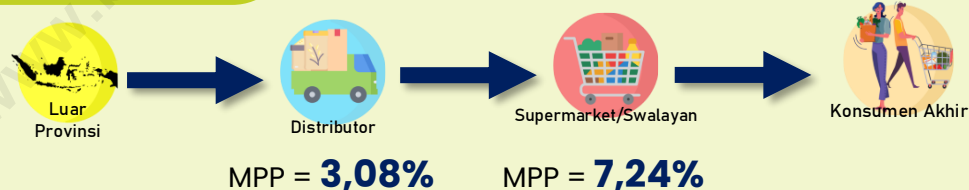
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Bengkulu melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **58,81%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Bengkulu sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **2 pedagang perantara**, yakni Distributor dan Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **10,54%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

42,86%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

LAMPUNG



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Lampung

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

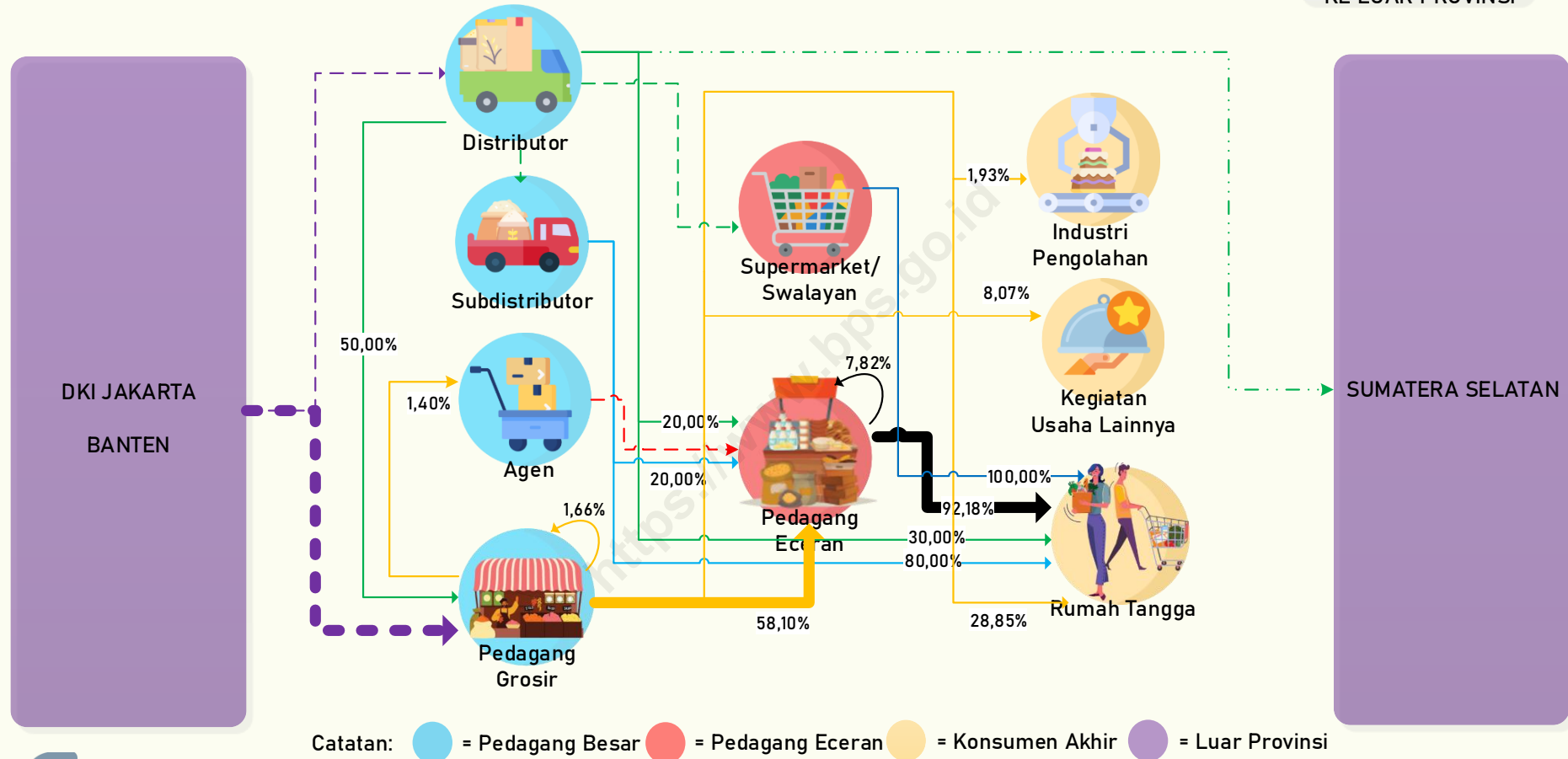


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

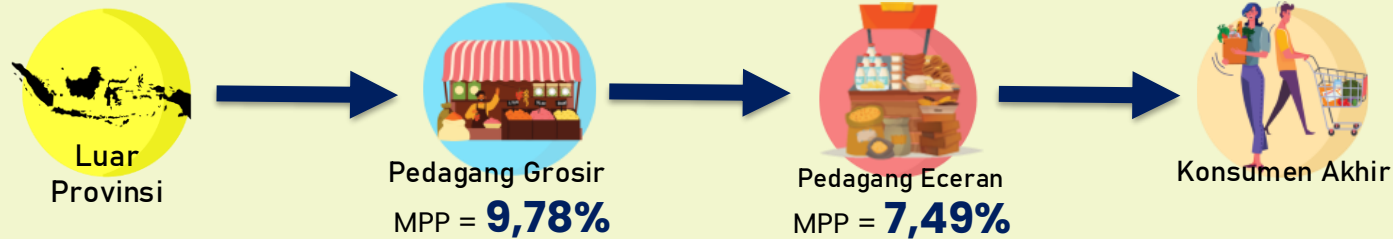
DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Lampung dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Lampung memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
18,00%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

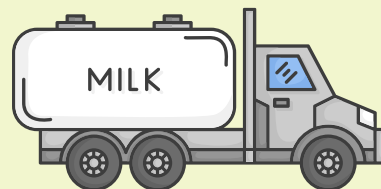
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Lampung melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta dan Banten.



Lampung melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Sumatera Selatan.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Lampung:

8,70%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

4,35%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor.



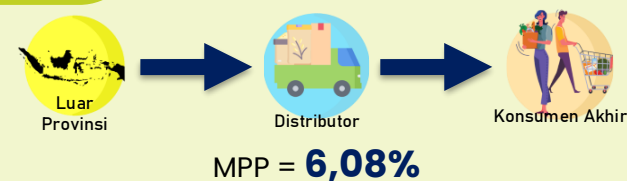
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Lampung melalui **3 pedagang perantara** yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **25,18%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Lampung melalui **1 pedagang perantara** yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **6,08%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

47,83%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG



Tidak ada pabrik yang mengolah susu segar menjadi susu bubuk di **Provinsi Kepulauan Bangka Belitung**

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

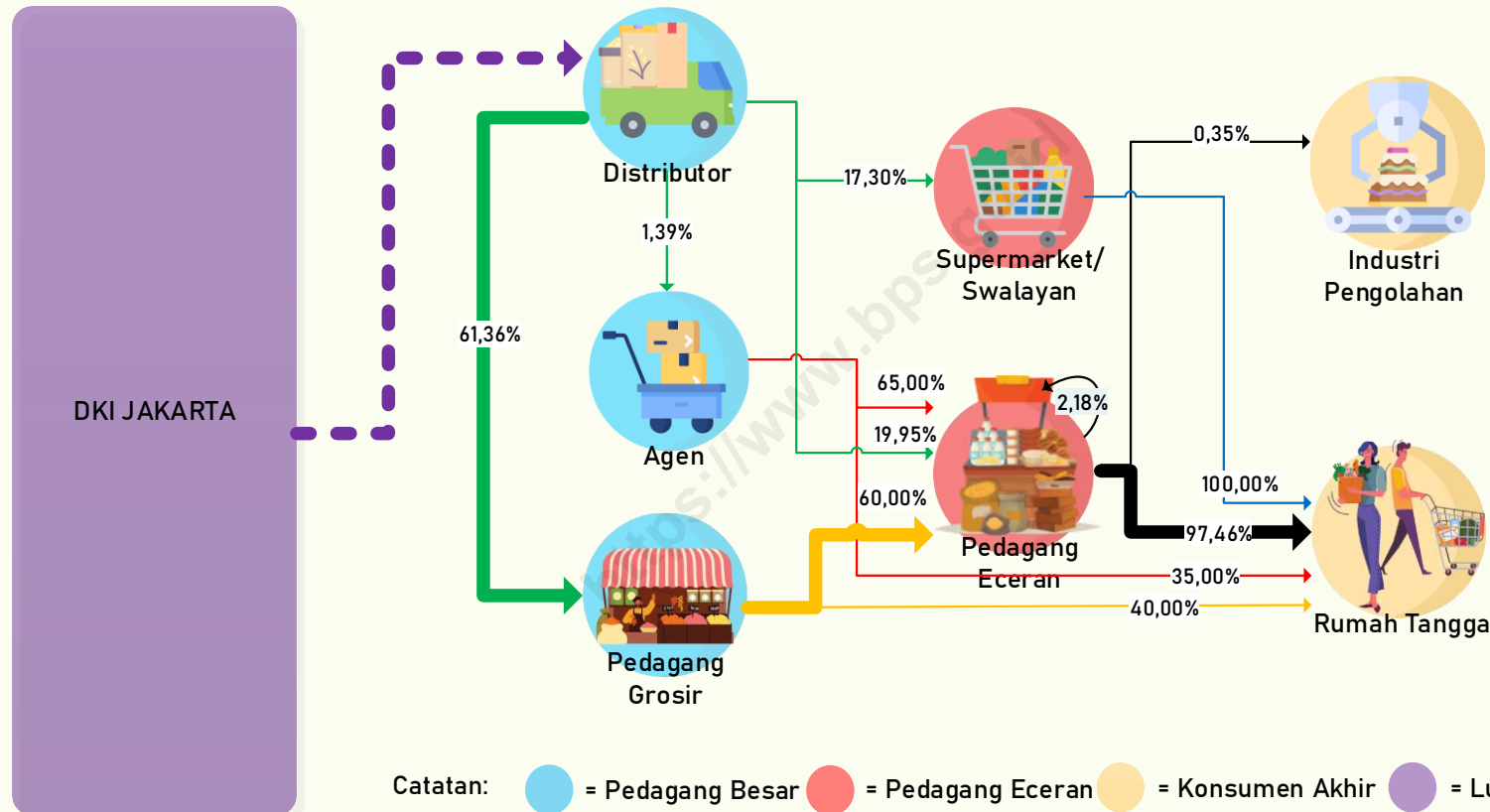
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Distributor
MPP = **5,76%**



Pedagang Grosir
MPP = **4,68%**



Pedagang Eceran
MPP = **5,67%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
16,99%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

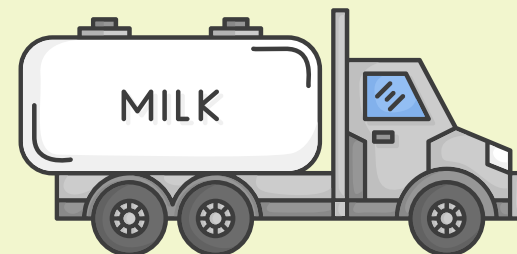
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Kepulauan Bangka Belitung melakukan **pembelian** susu bubuk dari **1 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung:

20,00%

Terdampak
BENCANA ALAM

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung melalui **3 pedagang perantara** yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **16,99%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung melalui **1 pedagang perantara** yakni Pedagang Grosir dengan **MPP_T** sebesar **4,68%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

30,00%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

KEPULAUAN RIAU



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di

Provinsi Kepulauan Riau

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

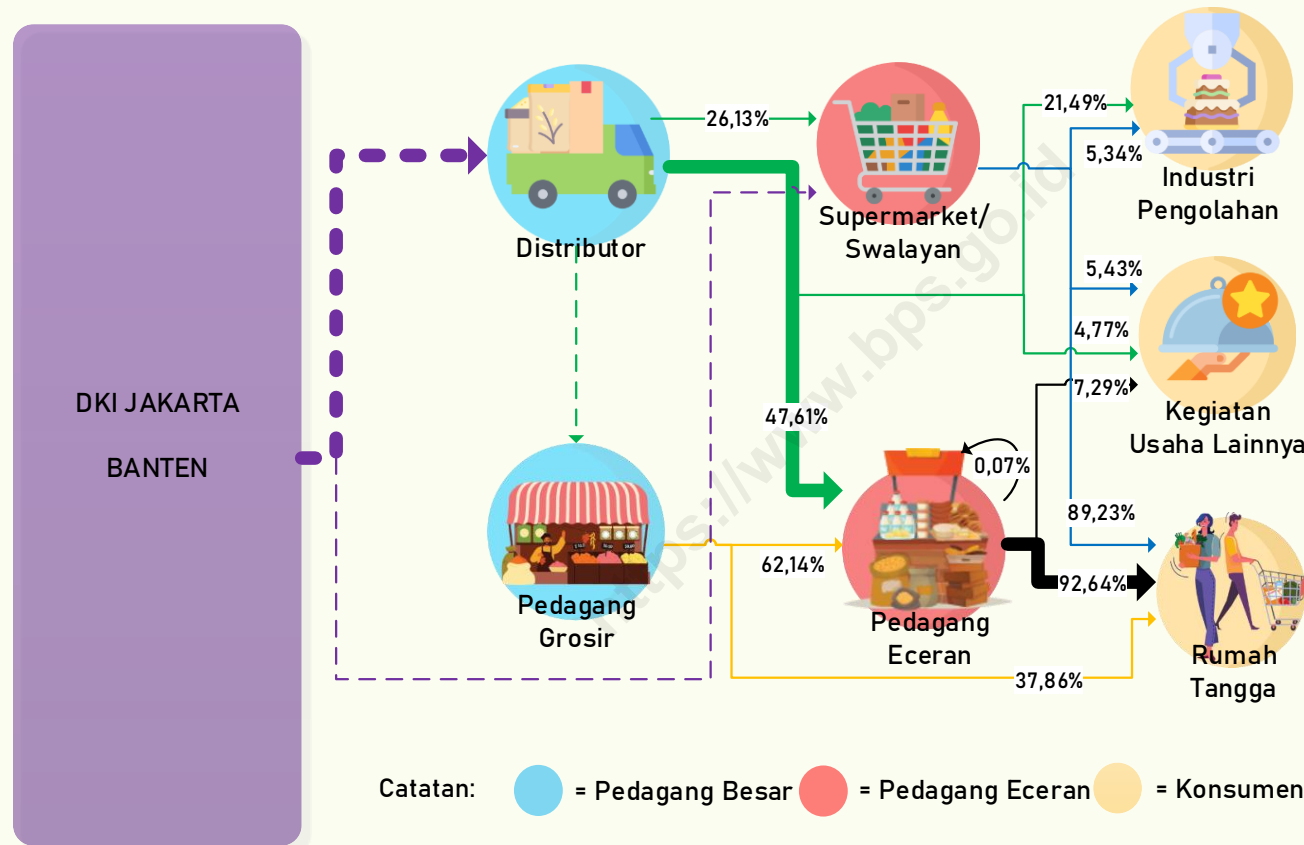
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Kepulauan Riau dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Luar
Provinsi



Distributor

MPP = **5,30%**



Pedagang Eceran

MPP = **14,33%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Kepulauan Riau memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
20,39%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

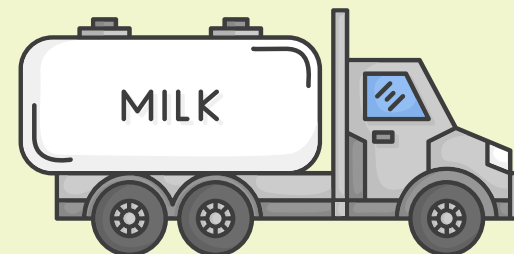
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Kepulauan Riau melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta dan Banten.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Kepulauan Riau:

10,34%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

6,90%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor.

6,90%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

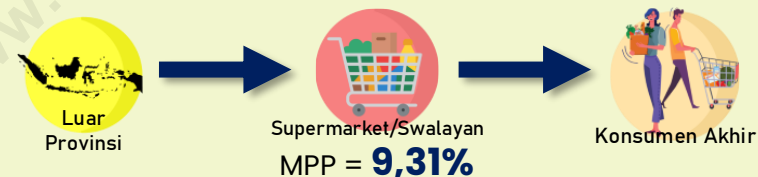
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Kepulauan Riau melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **22,46%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Kepulauan Riau melalui **1 pedagang perantara**, yakni Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **9,31%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

34,48%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI DKI JAKARTA



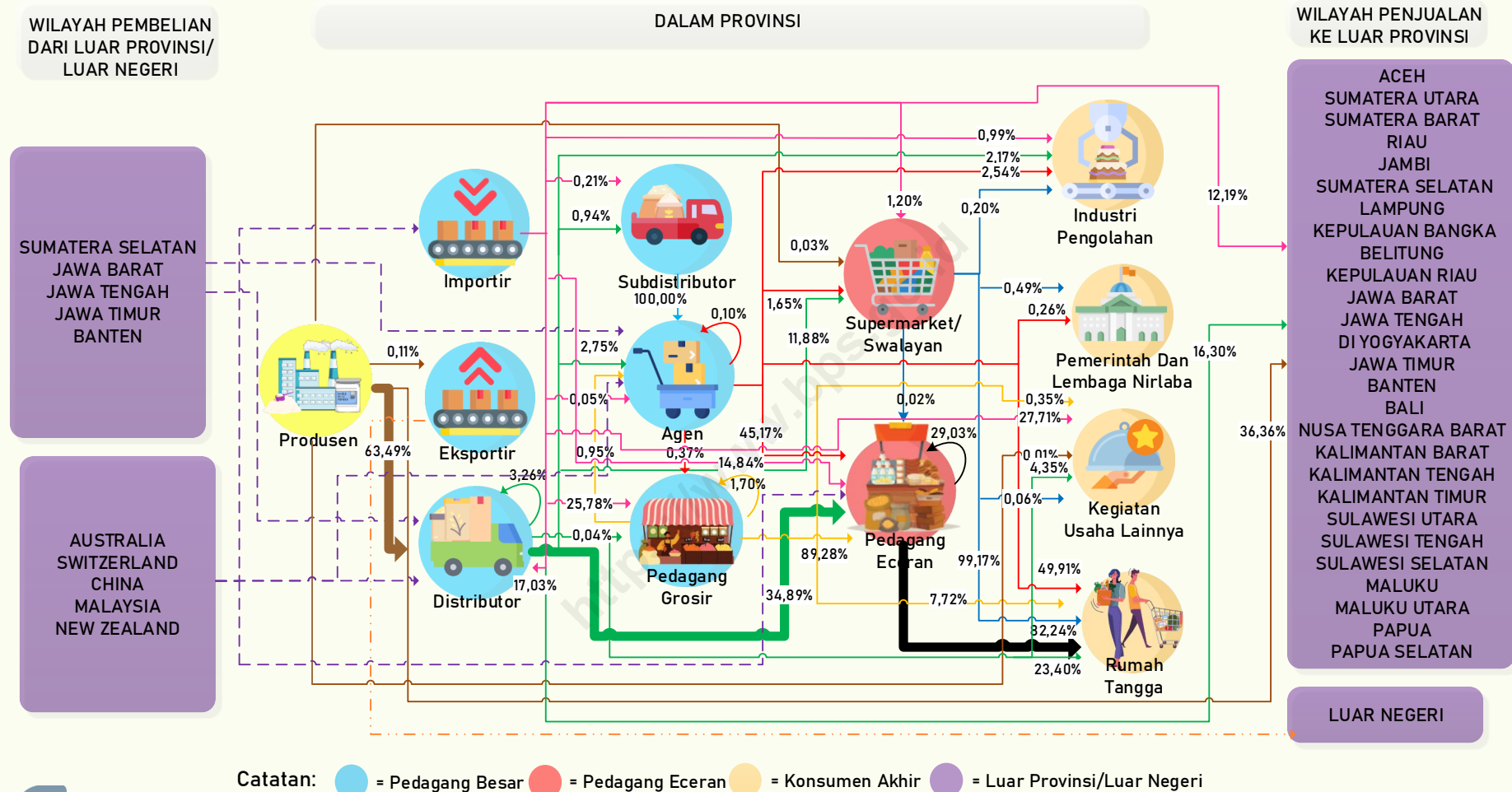
Terdapat **2** Pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi DKI Jakarta

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Distribusi susu bubuk di Provinsi DKI Jakarta dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **8 pedagang perantara**, yaitu importir, distributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Produsen



Distributor

MPP = **9,48%**



Pedagang Eceran

MPP = **11,43%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi DKI Jakarta memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
21,99%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

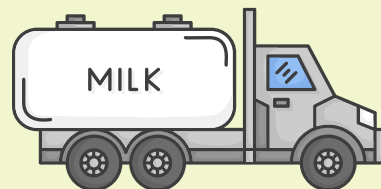
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

DKI Jakarta melakukan **pembelian** susu bubuk dari **5 provinsi lain dan 5 negara lain** yaitu Sumatera Selatan, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten, Australia, Swiss, Tiongkok, Malaysia, dan Selandia Baru.



DKI Jakarta melakukan **penjualan** susu bubuk ke **26 provinsi lain** yaitu Provinsi Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Jambi, Sumatera Selatan, Lampung, Kepulauan Bangka Belitung, Kepulauan Riau, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Banten, Bali, NTB, NTT, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Maluku, Maluku Utara, Papua, Papua Selatan.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi DKI Jakarta:

2,50%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

2,50%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, tanah longsor.

1,25%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

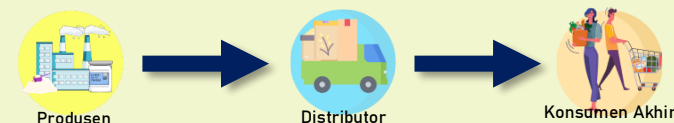
POLA TERPANJANG



MPP = **9,48%** MPP = **12,24%** MPP = **13,37%** MPP = **16,87%** MPP = **11,43%**

Potensi pola terpanjang di Provinsi DKI Jakarta melalui **5 pedagang perantara**, yakni Distributor, Subdistributor, Agen, Pedang Grosir, dan Pedang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **81,42%**.

POLA TERPENDEK



MPP = **9,48%**

Potensi pola terpendek di Provinsi DKI Jakarta melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **9,48%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

57,50%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI JAWA BARAT



Ada 6 pabrik yang mengolah
susu segar menjadi susu bubuk
di

Provinsi Jawa Barat

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

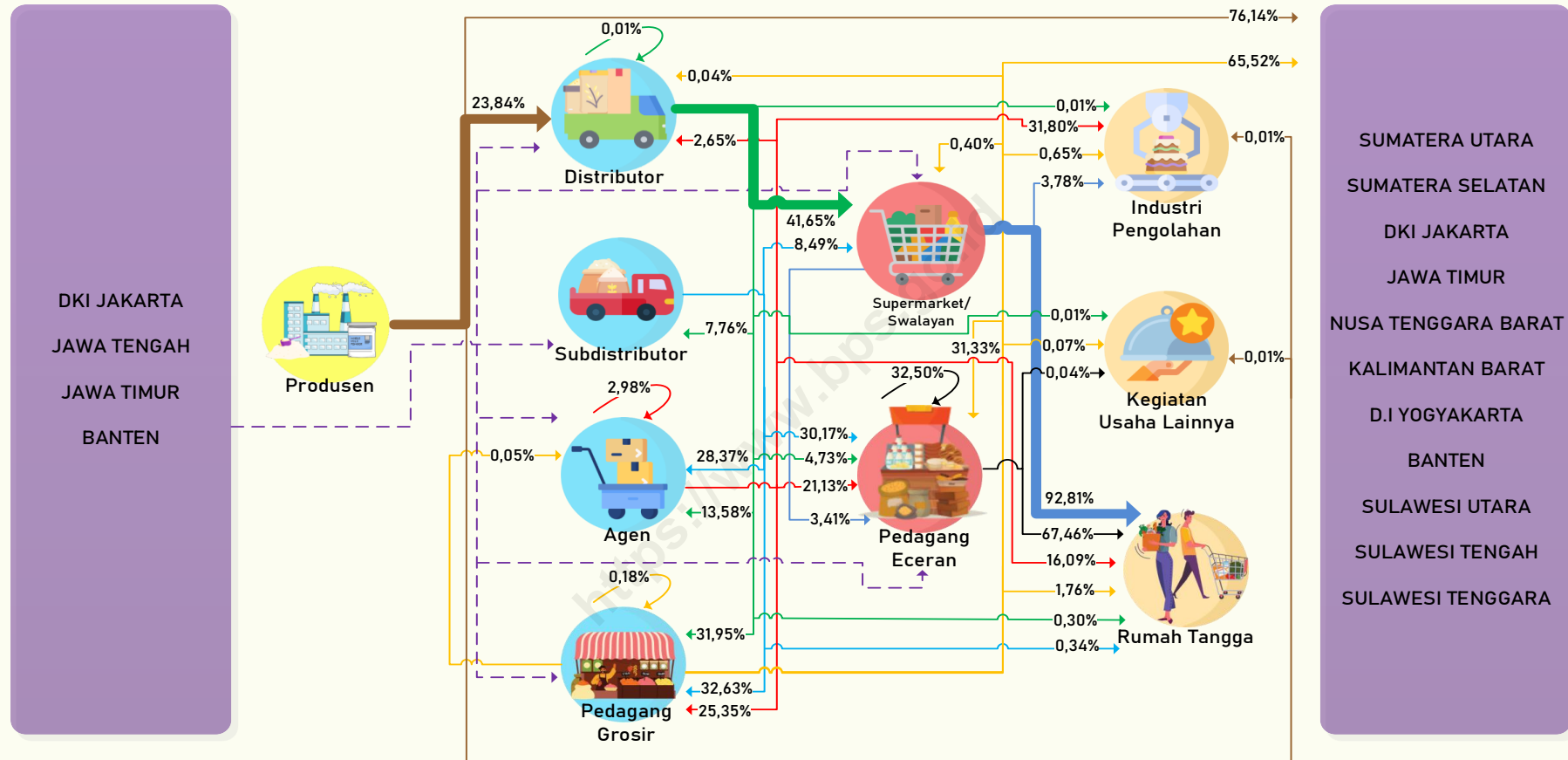


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Jawa Barat dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Produsen



Distributor

MPP = **2,93%**



Supermarket/Swalaian

MPP = **40,79%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Jawa Barat memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
44,92%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

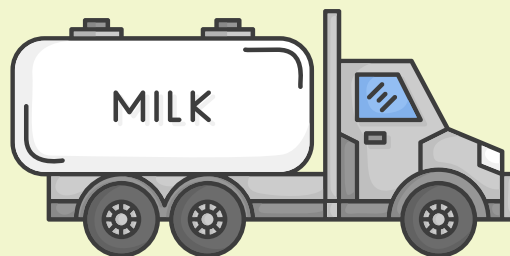
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Jawa Barat melakukan **pembelian** susu bubuk dari **4 Provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Banten.



Jawa Barat melakukan **penjualan** susu bubuk ke **11 Provinsi lain** yaitu Sumatera Utara, Sumatera Selatan, DKI Jakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Barat, D.I Yogyakarta, Banten, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Jawa Barat:

5,52%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

5,52%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

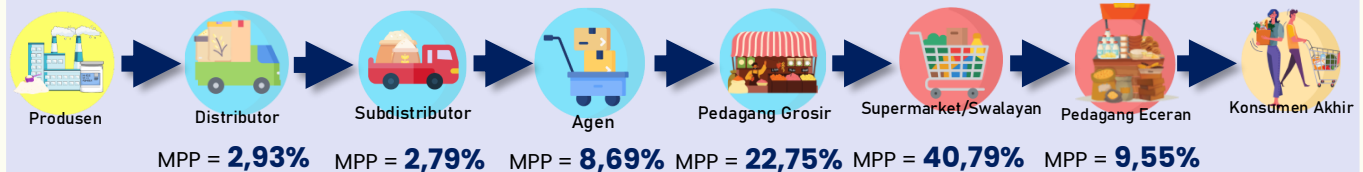
5,52%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

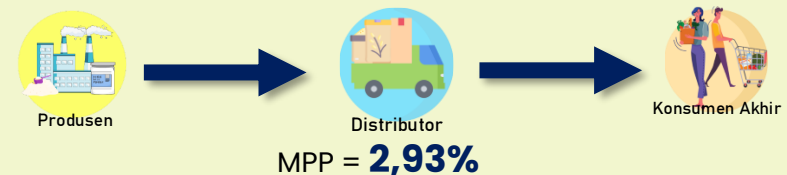
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Jawa Barat melalui **6 pedagang perantara**, yakni Distributor, Subdistributor, Agen, Pedang Grosir, Supermarket/Swalayan, dan Pedang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **117,71%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Jawa Barat melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **2,93%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

38,03%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI JAWA TENGAH



Ada 4 pabrik yang mengolah
susu segar menjadi susu bubuk
di

Provinsi Jawa Tengah

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

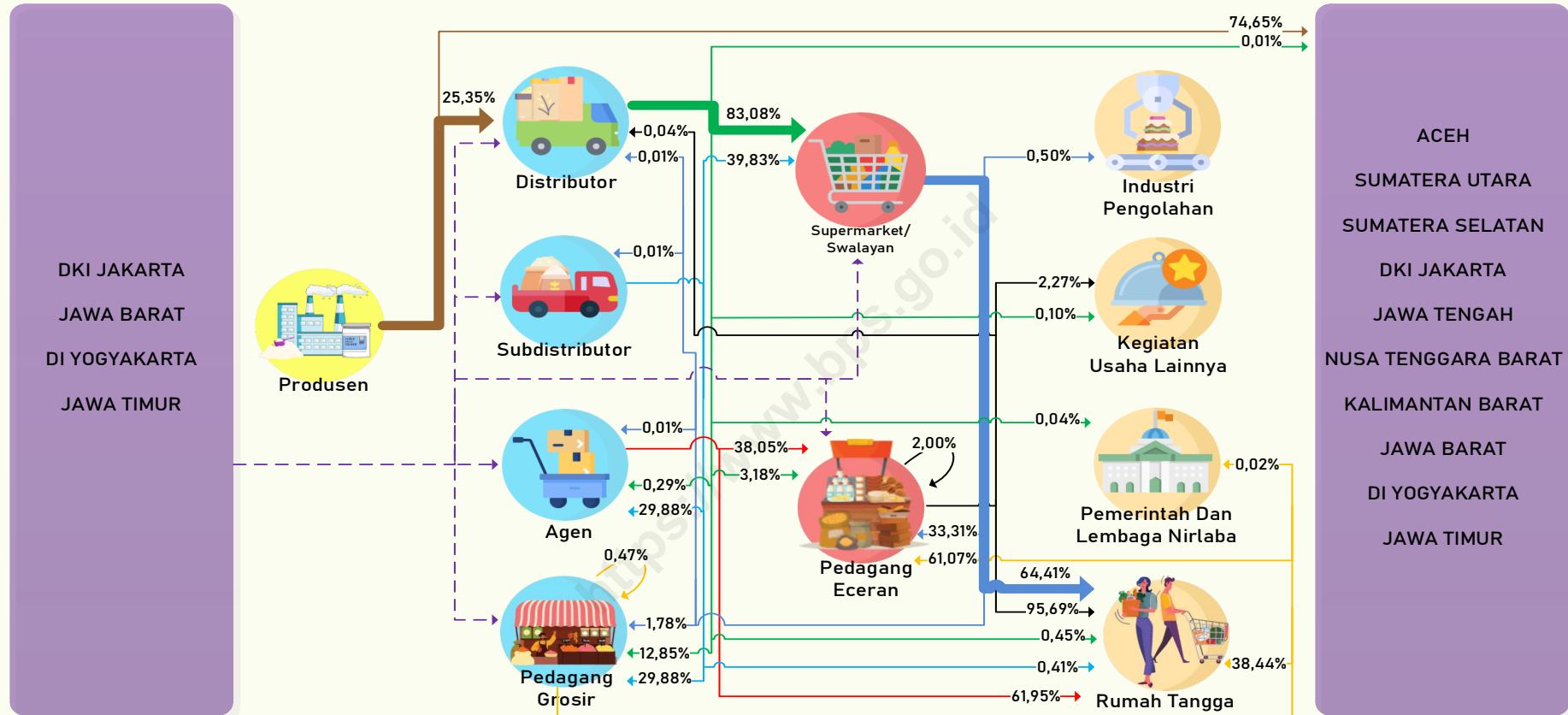


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Jawa Tengah dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Produsen



Distributor

MPP = **9,68%**



Supermarket/Swalayan

MPP = **8,45%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Jawa Tengah memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
18,95%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

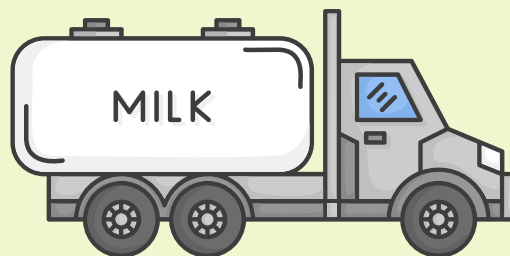
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Jawa Tengah melakukan **pembelian** susu bubuk dari **4 Provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, DI Yogyakarta dan Jawa Timur.



Jawa Tengah melakukan **penjualan** susu bubuk ke **10 Provinsi lain** yaitu Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Selatan, DKI Jakarta, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Barat, Jawa Barat, DI Yogyakarta dan Jawa Timur.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Jawa Tengah:

8,65%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

7,69%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

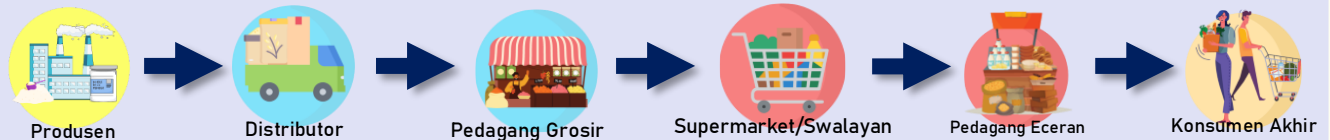
7,69%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



MPP = **9,68%** MPP = **14,68%** MPP = **8,45%** MPP = **9,10%**

Potensi pola terpanjang di Provinsi Jawa Tengah melalui **4 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, Supermarket/Swalayan, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **48,82%**.

POLA TERPENDEK



MPP = **9,68%**

Potensi pola terpendek di Provinsi Jawa Tengah melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **9,68%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

43,27%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI DI YOGYAKARTA



Ada 1 pabrik yang mengolah
susu segar menjadi susu bubuk
di

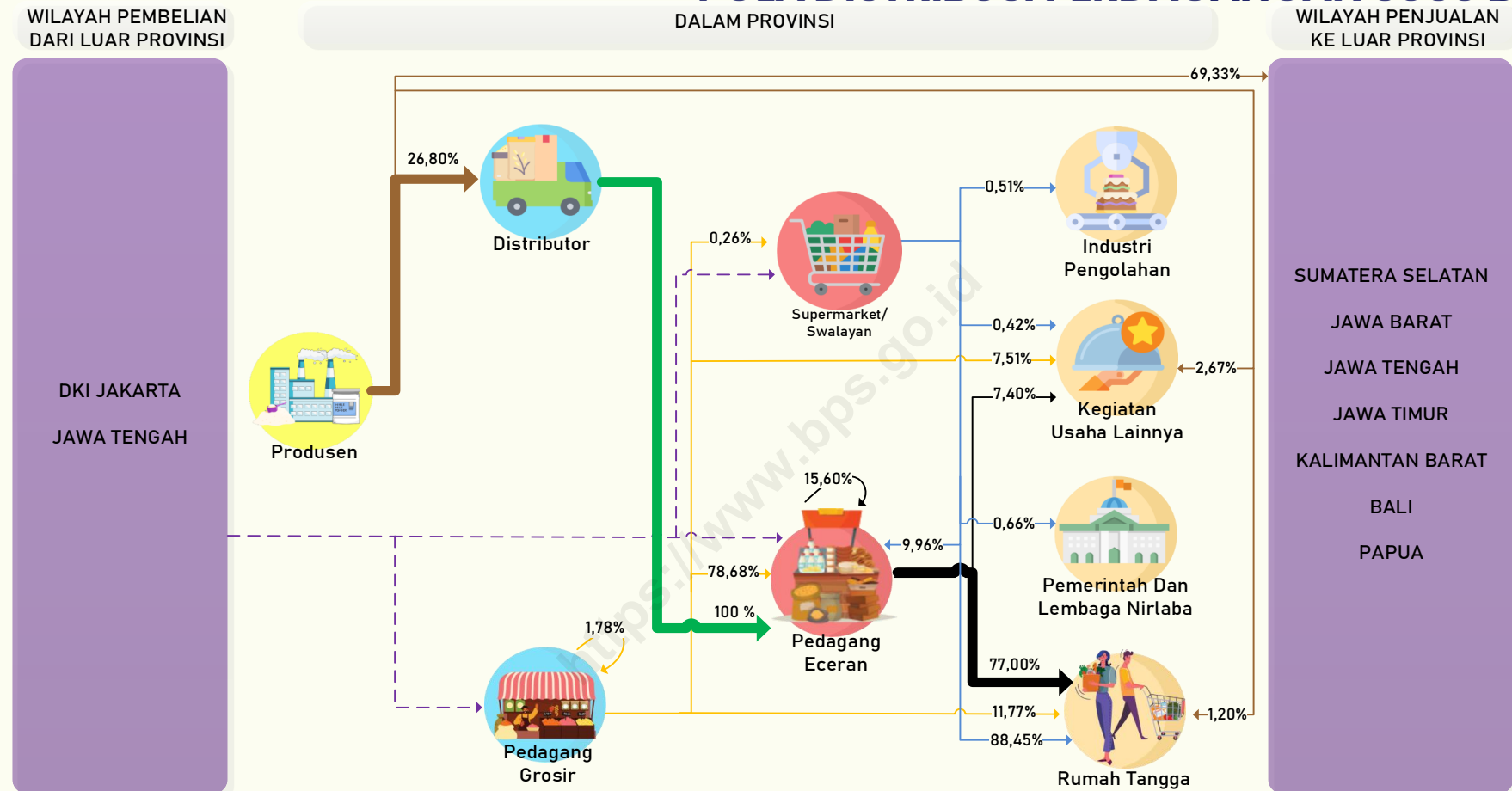
Provinsi Jawa Tengah

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi DI Yogyakarta dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Produsen



Distributor

MPP = **7,63%**



Pedagang Eceran

MPP = **12,12%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi DI Yogyakarta memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
20,67%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

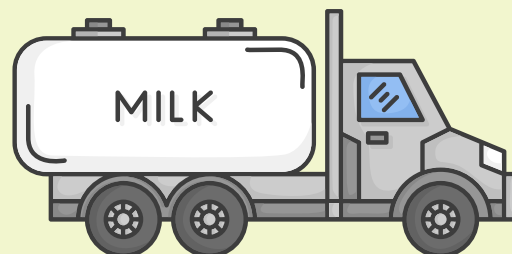
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

DI Yogyakarta melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 Provinsi lain** yaitu DKI Jakarta dan Jawa Tengah.



DI Yogyakarta melakukan **penjualan** susu bubuk ke **7 Provinsi lain** yaitu Sumatera Selatan, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan Barat, Bali dan Papua.

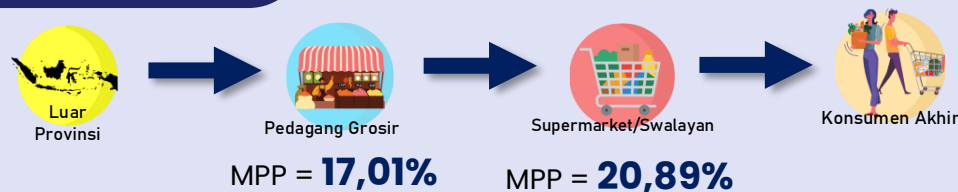


Selama Januari-Juni 2025, di Provinsi DI Yogyakarta **tidak ada FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG** baik itu operasi pasar, bencana alam, maupun impor.



POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi DI Yogyakarta melalui **2 pedagang perantara**, yakni Pedagang Grosir dan Supermarket/ Swalayan dengan **MPP_T sebesar 41,45%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi DI Yogyakarta, yaitu melalui **1 pedagang perantara**, yakni Pedagang Eceran dengan **MPP_T sebesar 12,12%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

73,33%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI JAWA TIMUR



Ada 6 pabrik yang mengolah
susu segar menjadi susu bubuk
di

Provinsi Jawa Timur

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

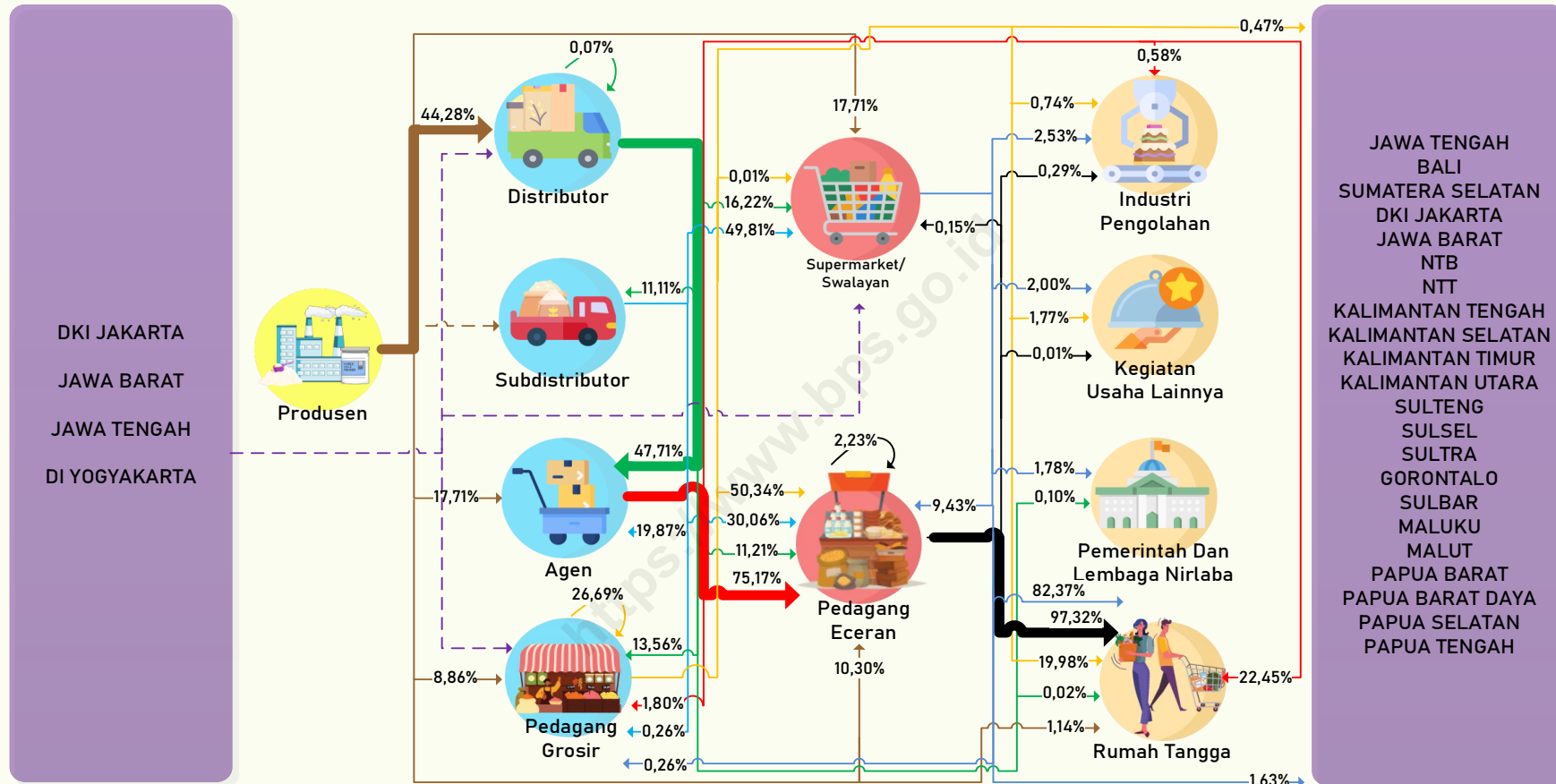


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Jawa Timur dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Produsen



Distributor

MPP = **9,21%**



Agen

MPP = **7,33%**



Pedagang Eceran

MPP = **9,72%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Jawa Timur memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
28,61%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

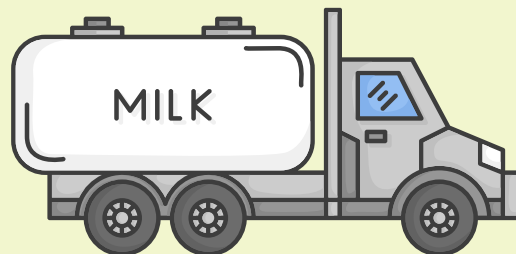
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian..

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Jawa Timur melakukan **pembelian** susu bubuk dari **4 Provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan DI Yogyakarta.



Jawa Timur melakukan **penjualan** susu bubuk ke **23 Provinsi lain** yaitu Jawa Tengah, Bali, Papua, Sumatera Selatan, DKI Jakarta, Jawa Barat, NTB, NTT, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Gorontalo, Sulawesi Barat, Maluku Utara, Maluku, Papua Barat, Papua Barat Daya, Papua Selatan dan Papua Tengah.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Jawa Timur:

8,76%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

2,92%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

0,73%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



MPP = **9,21%** MPP = **3,65%** MPP = **7,33%** MPP = **5,85%** MPP = **7,31%** MPP = **9,72%**

Potensi pola terpanjang di Provinsi Jawa Timur melalui **6 pedagang perantara**, yakni Distributor, Subdistributor, Agen, Pedang Grosir, Supermarket/Swalayan, dan Pedang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **51,42%**.

POLA TERPENDEK



MPP = **9,21%**

Potensi pola terpendek di Provinsi Jawa Timur melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **9,21%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

40,88%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI BANTEN



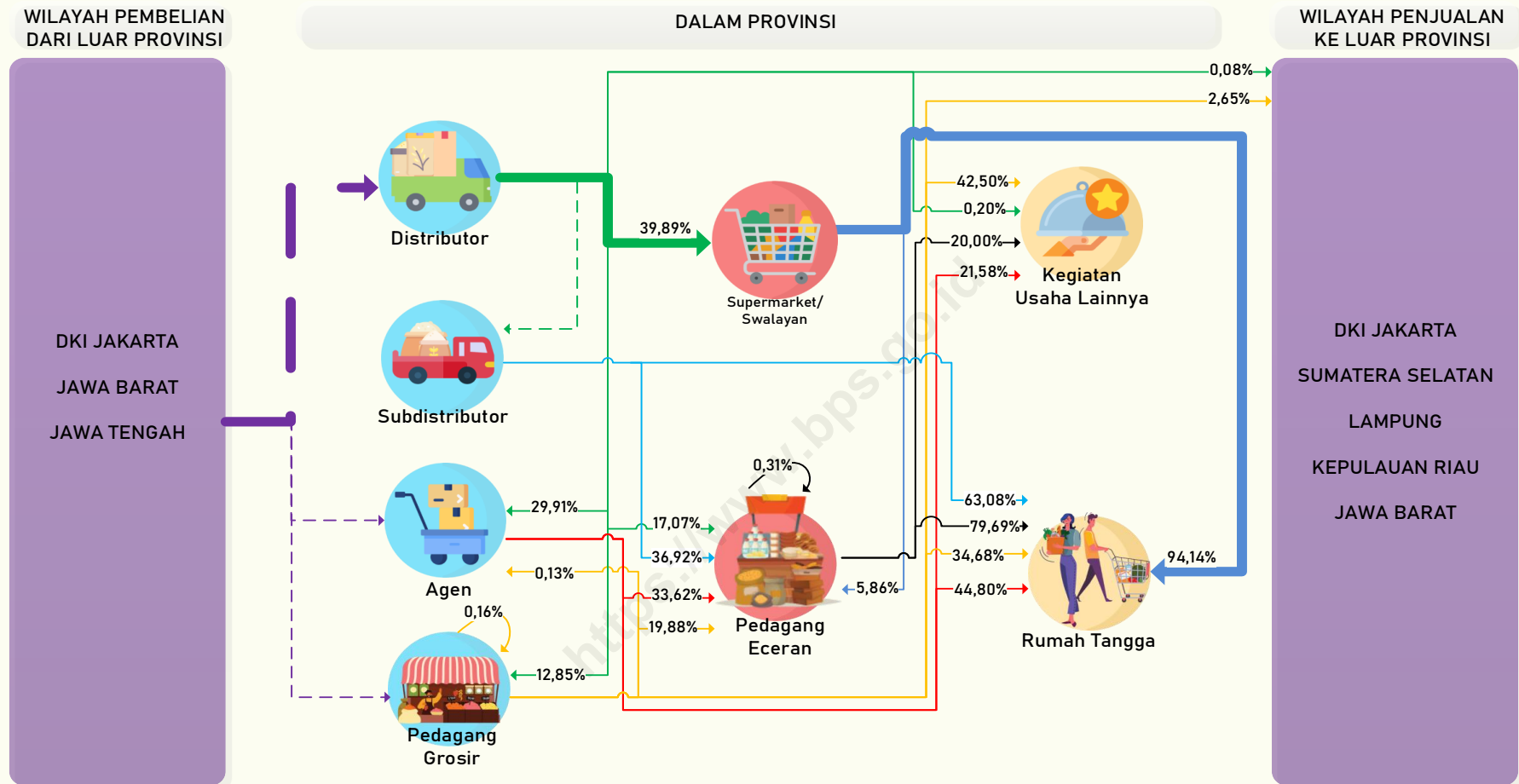
Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Banten

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

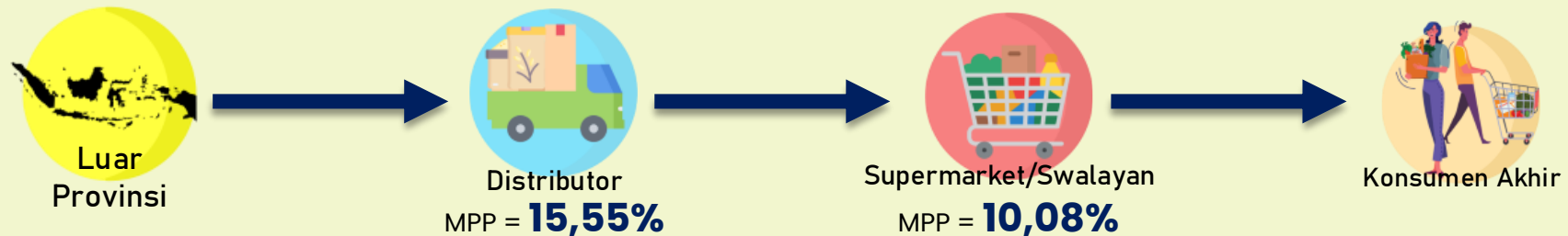


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Distribusi susu bubuk di Provinsi Banten dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Banten memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
27,20%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

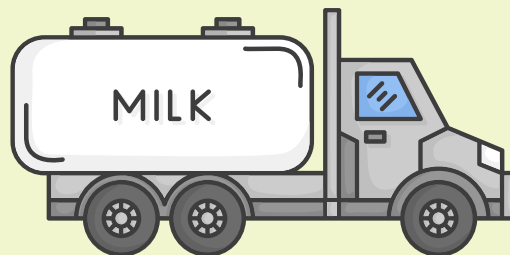
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Banten melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 Provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Tengah.



Banten melakukan **penjualan** susu bubuk ke **5 Provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, Sumatera Selatan, Lampung, Kepulauan Riau dan Jawa Barat.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Banten:

14,52%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

1,61%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

4,84%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

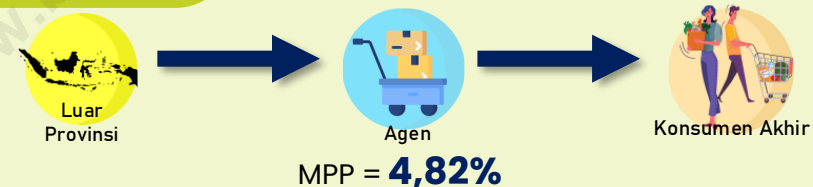
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Banten melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **57,83%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Banten melalui **1 pedagang perantara**, yakni Agen dengan **MPP_T** sebesar **4,82%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

80,65%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

BALI



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Bali

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

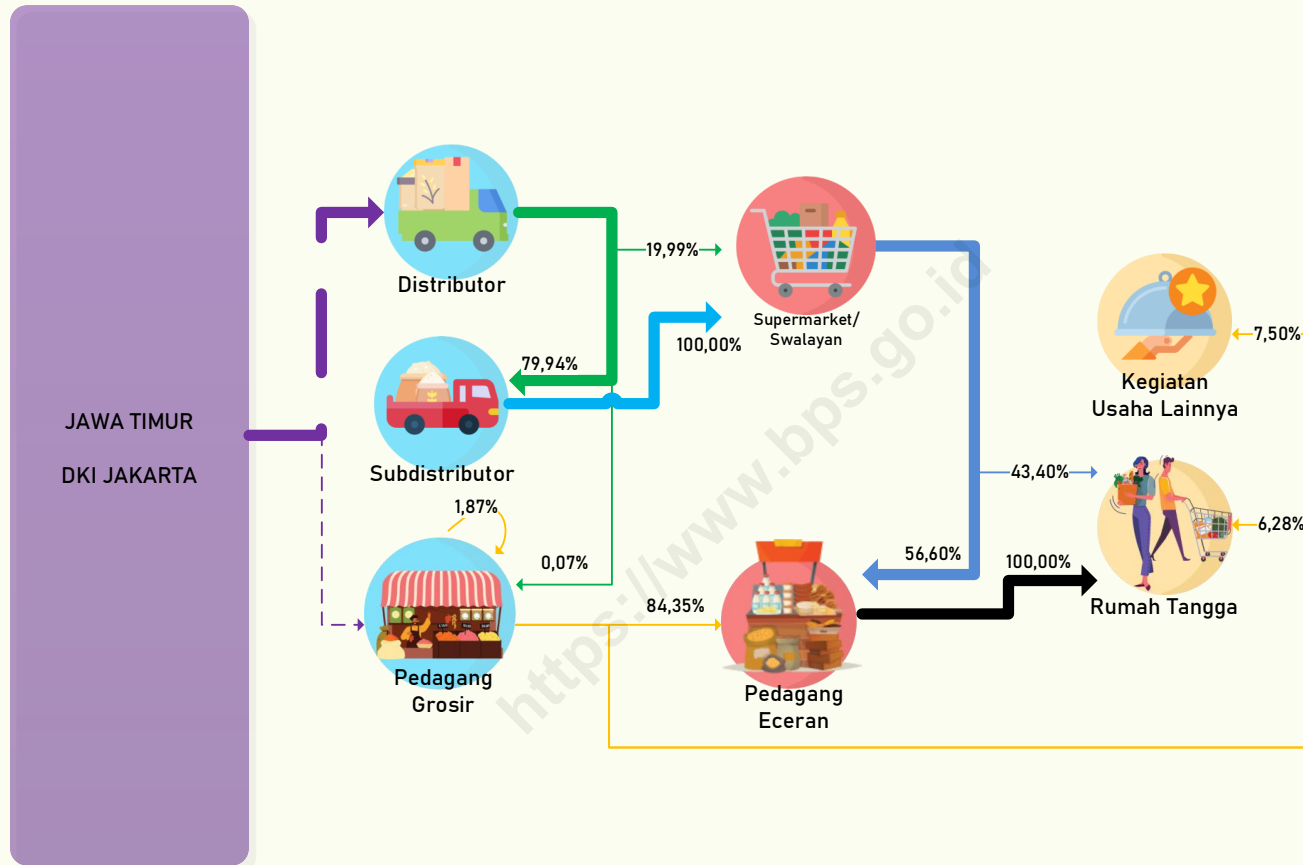
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

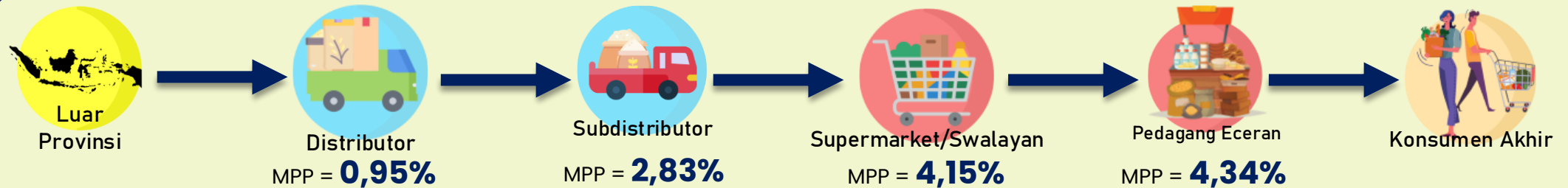
DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Bali dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Bali memiliki **5 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **4 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
12,81%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

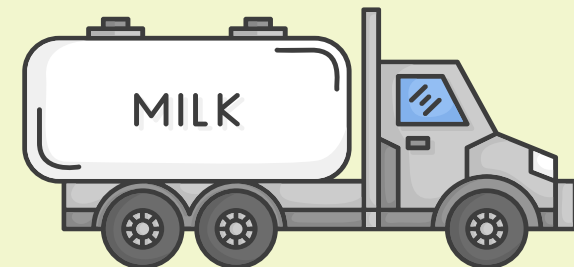
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Bali melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 Provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, Jawa Timur dan DI Yogyakarta.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Bali:

6,25%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

9,38%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.



POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Bali melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Supermarket/ Swalayan, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **9,70%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Bali melalui **1 pedagang perantara**, yakni Pedagang grosir dengan **MPP_T** sebesar **3,21%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

18,75%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
**Provinsi Nusa Tenggara
Barat**

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

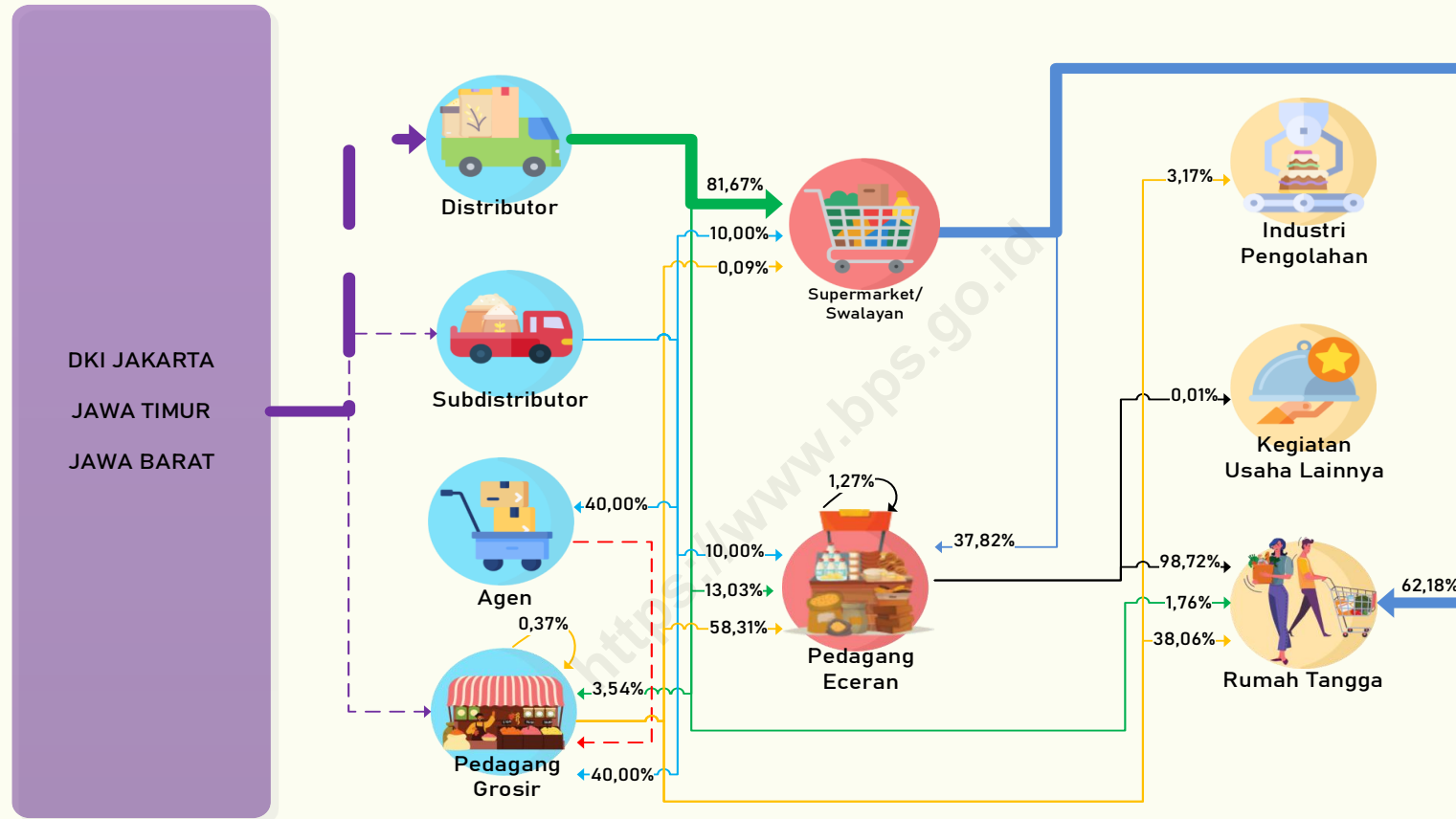
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

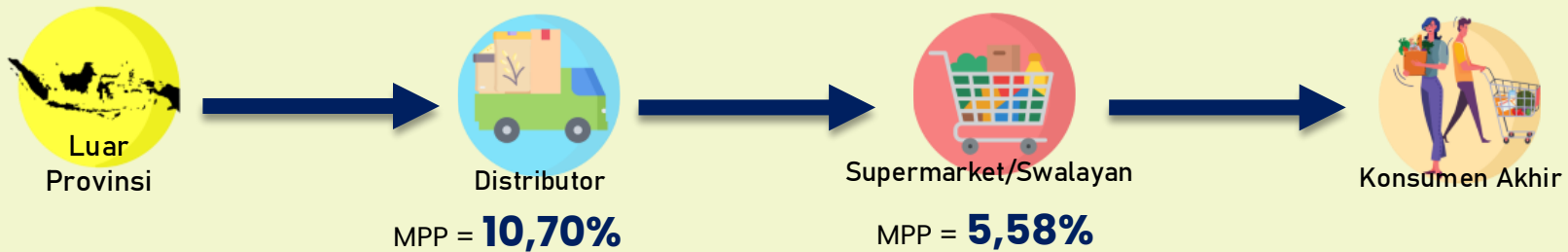
DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Nusa Tenggara Barat dari produsen ke konsumen akhir melibatkan 6 **pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
16,88%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

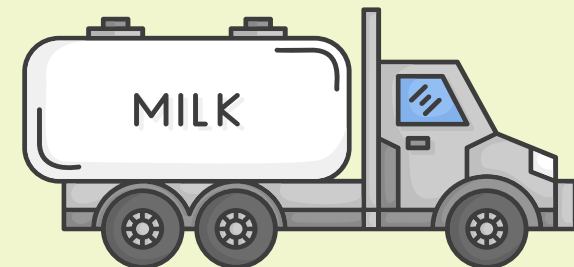
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Nusa Tenggara Barat melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 Provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, Jawa Timur dan Jawa Barat.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Nusa Tenggara Barat:

4,55%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

4,55%

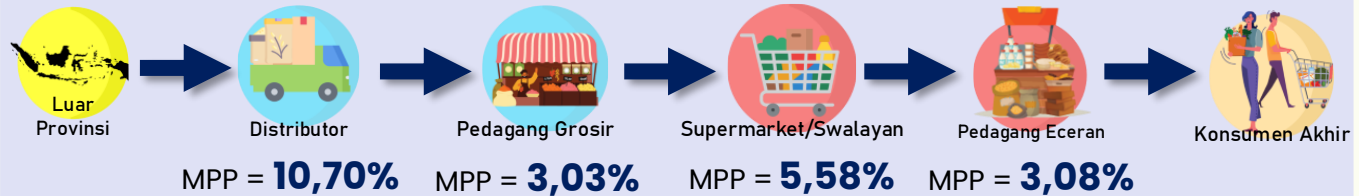
Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.



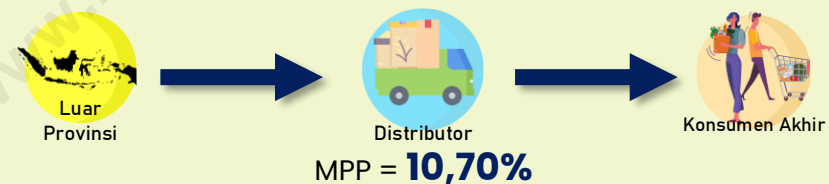
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Nusa Tenggara Barat melalui **4 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, Supermarket/ Swalayan dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **24,13%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Nusa Tenggara Barat melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **10,70%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

54,55%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
**Provinsi Nusa Tenggara
Timur**

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

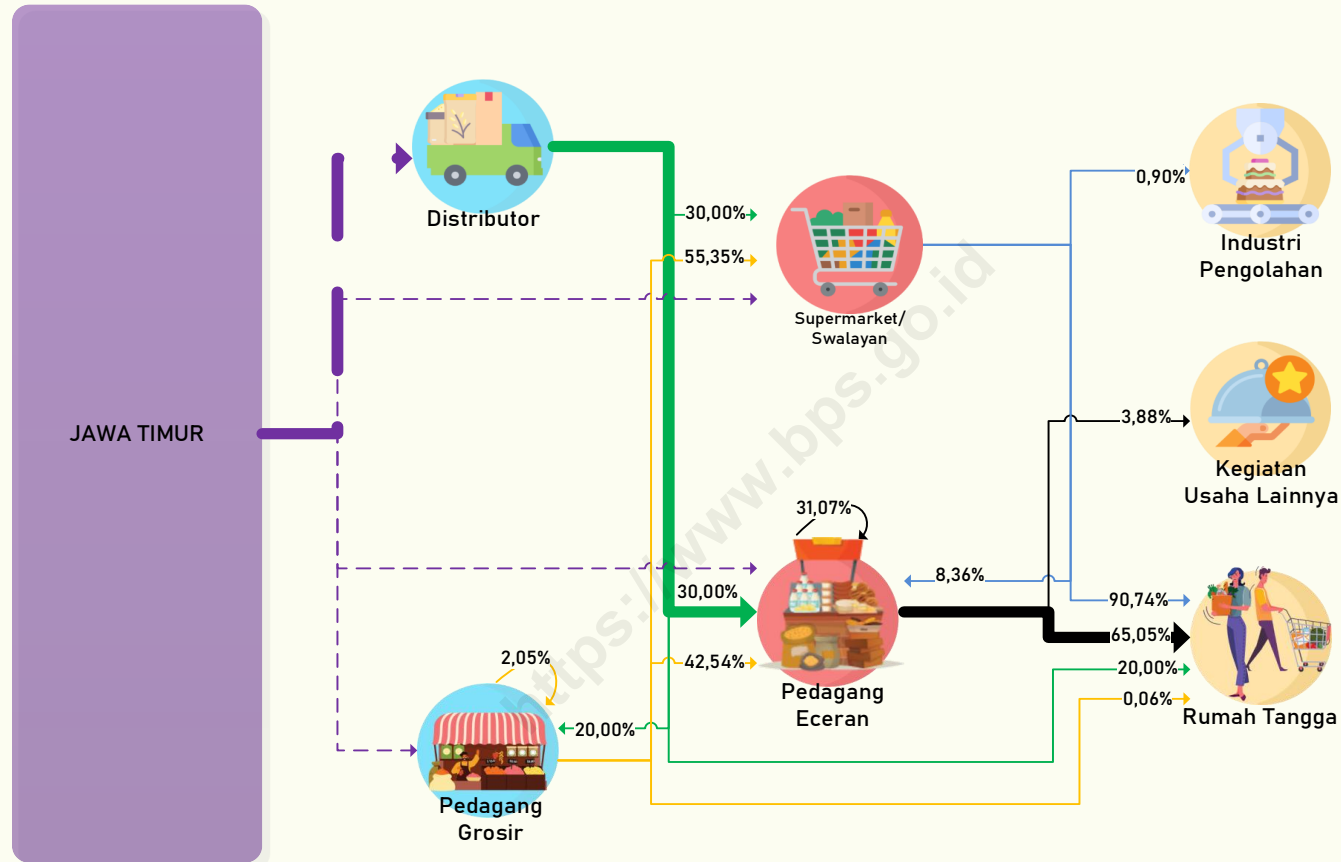
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

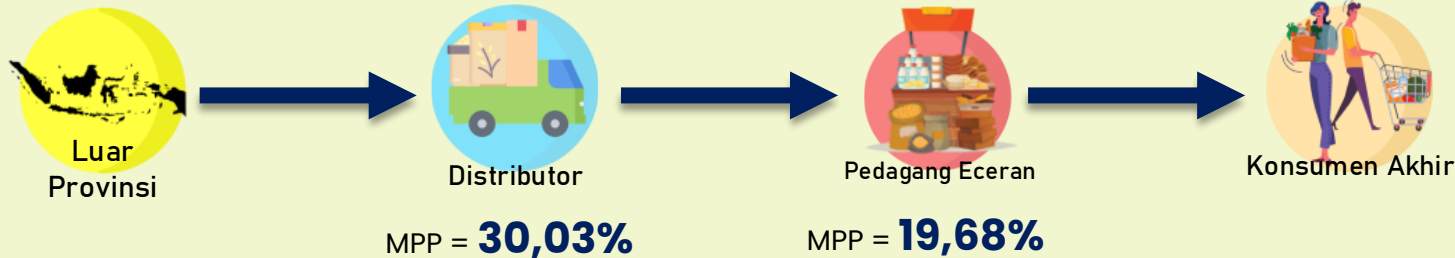
DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Nusa Tenggara Timur dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
55,62%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

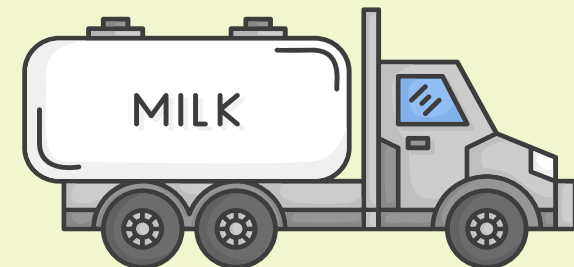
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Nusa Tenggara Timur melakukan **pembelian** susu bubuk dari **1 Provinsi lain** yaitu Jawa Timur.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Nusa Tenggara Timur:

14,29%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

7,14%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

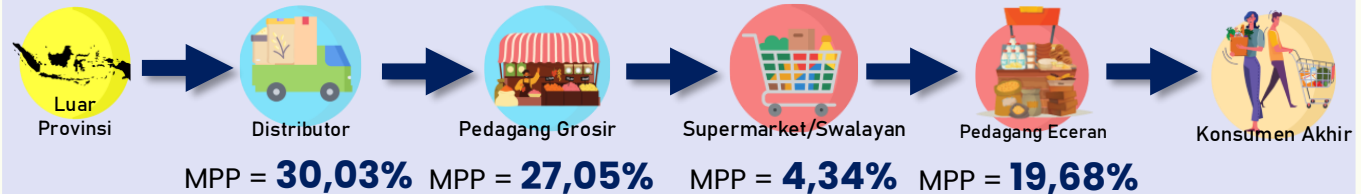
7,14%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Nusa Tenggara Timur melalui **4 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagog Grosir, Supermarket/Swalayan dan Pedagog Eceran dengan **MPP_T** sebesar **106,30 %**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Nusa Tenggara Timur melalui **1 pedagang perantara**, yakni Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **4,34%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

14,29%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI KALIMANTAN BARAT



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Kalimantan Barat

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

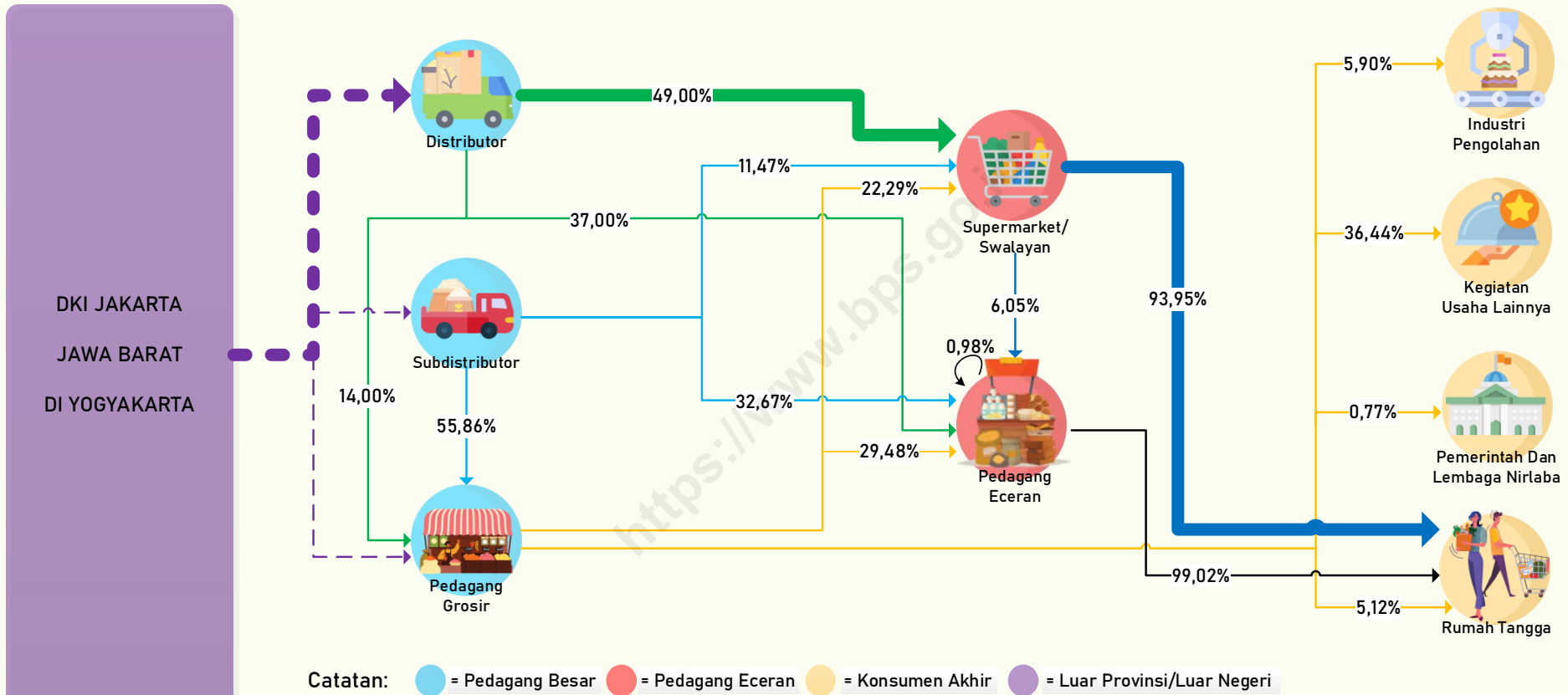
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

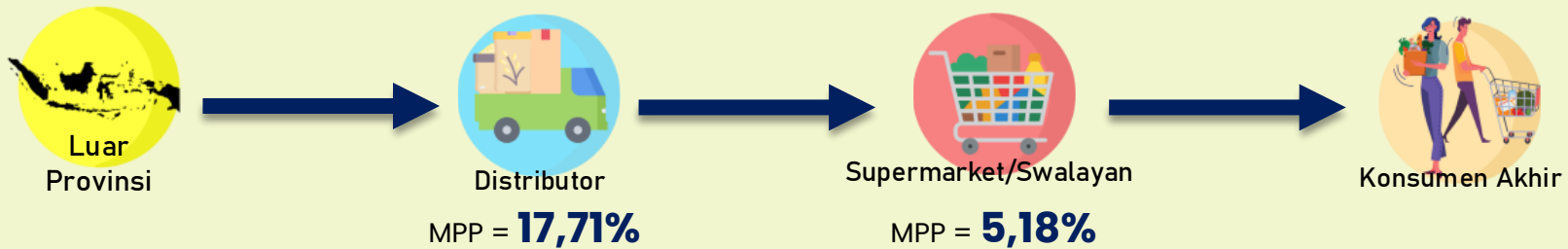
WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Kalimantan Barat dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Kalimantan Barat memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
23,81%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

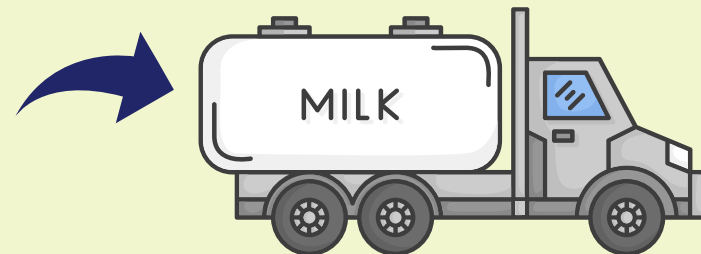
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Kalimantan Barat melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan DI Yogyakarta.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari – Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Kalimantan Barat:

4,00%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

4,00%

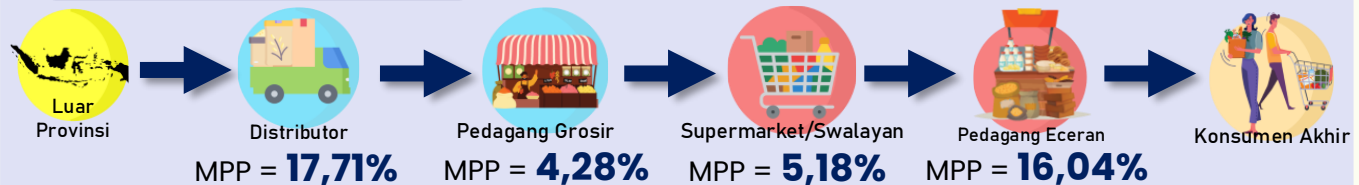
Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.



POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Kalimantan Barat melalui **4 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, Supermarket/Swalayan, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **49,81%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Kalimantan Barat melalui **1 pedagang perantara**, yakni Pedagang Grosir dengan **MPP_T** sebesar **4,28%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

40,00%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

KALIMANTAN TENGAH



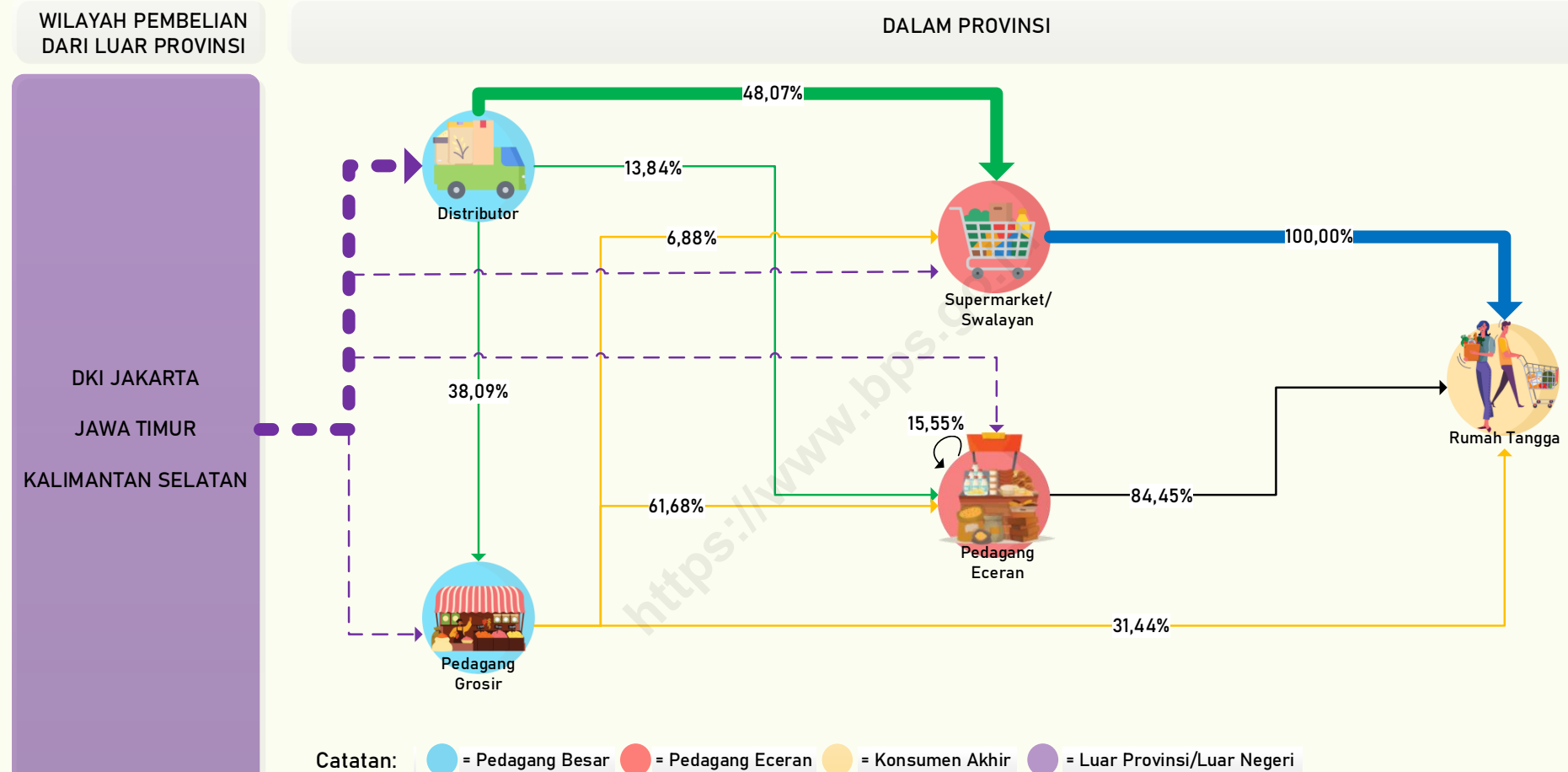
Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Kalimantan Tengah

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

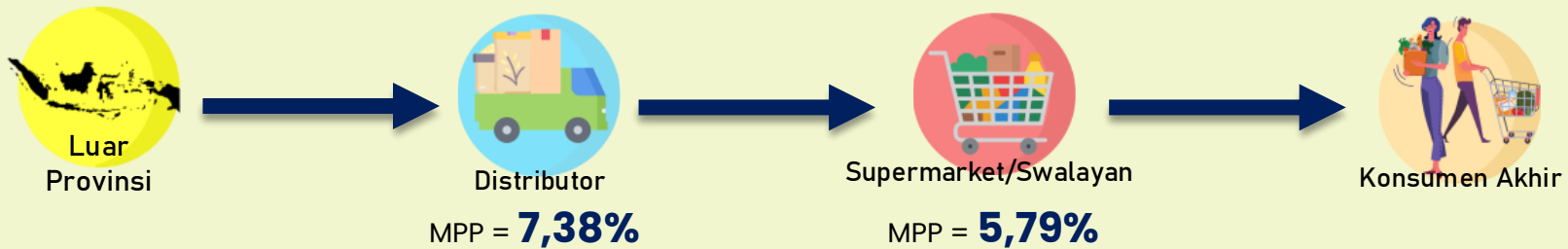


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Distribusi susu bubuk di Provinsi Kalimantan Tengah dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Kalimantan Tengah memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
13,60%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

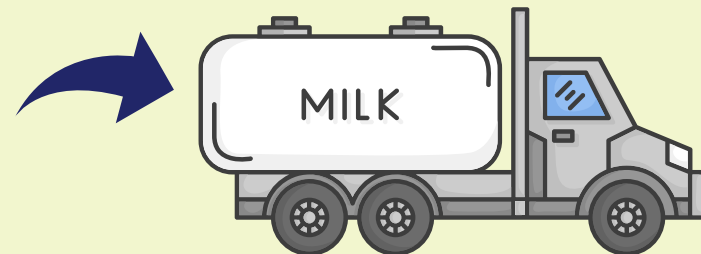
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Kalimantan Tengah melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, dan Kalimantan Selatan.





Selama Januari – Juni 2025, di Provinsi Kalimantan Tengah **tidak ada FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG** baik itu operasi pasar, bencana alam, maupun impor.



POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Kalimantan Tengah melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T sebesar 24,84%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Kalimantan Tengah sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **1 pedagang perantara**, Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T sebesar 5,79%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

62,50%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

KALIMANTAN SELATAN



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Kalimantan Selatan

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

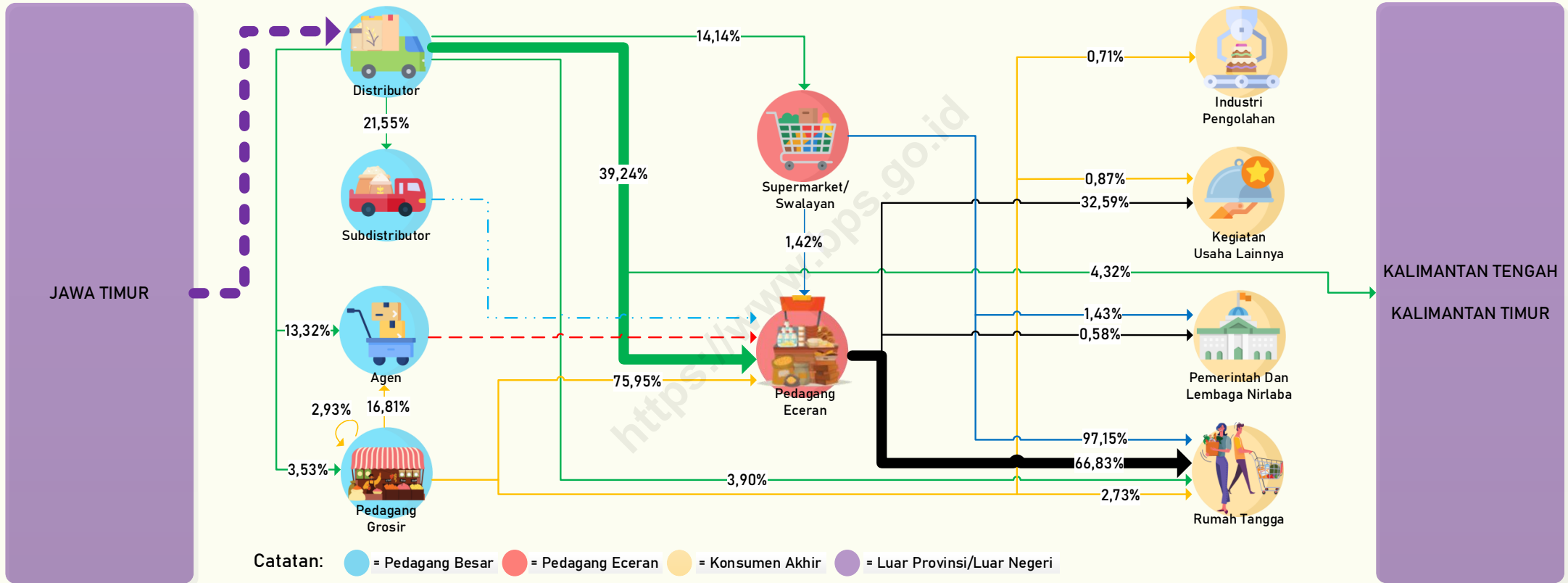


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

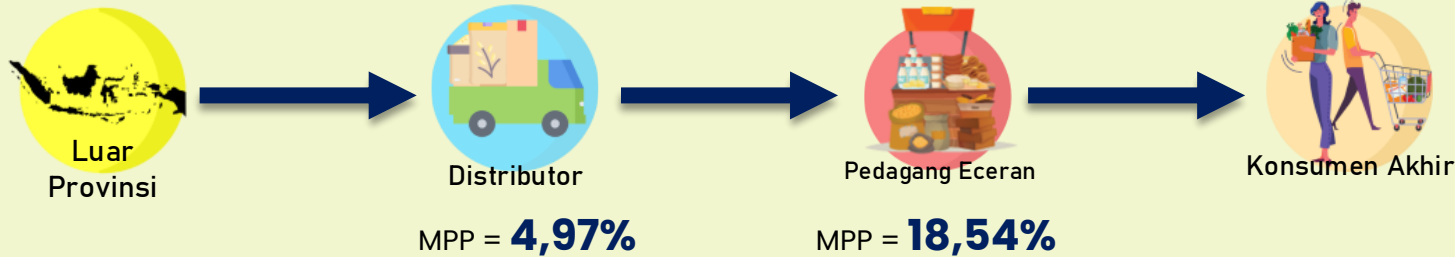
DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Kalimantan Selatan dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Kalimantan Selatan memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
24,43%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

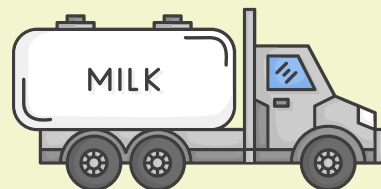
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Kalimantan Selatan melakukan **pembelian** susu bubuk dari **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Jawa Timur.



Kalimantan Selatan melakukan **penjualan** susu bubuk ke **2 provinsi lain** yaitu Provinsi Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Kalimantan Selatan:

25,93%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

14,81%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

11,11%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.

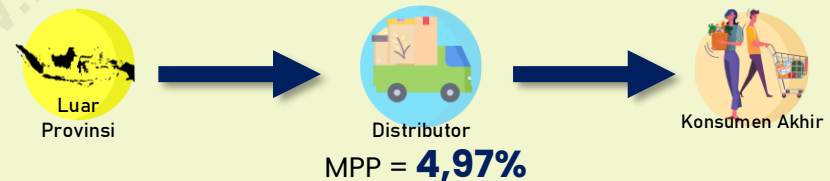
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Kalimantan Selatan melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Supermarket/Swalayan, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **71,67%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Kalimantan Selatan melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **4,97%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

37,04%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI KALIMANTAN TIMUR



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Kalimantan Timur

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

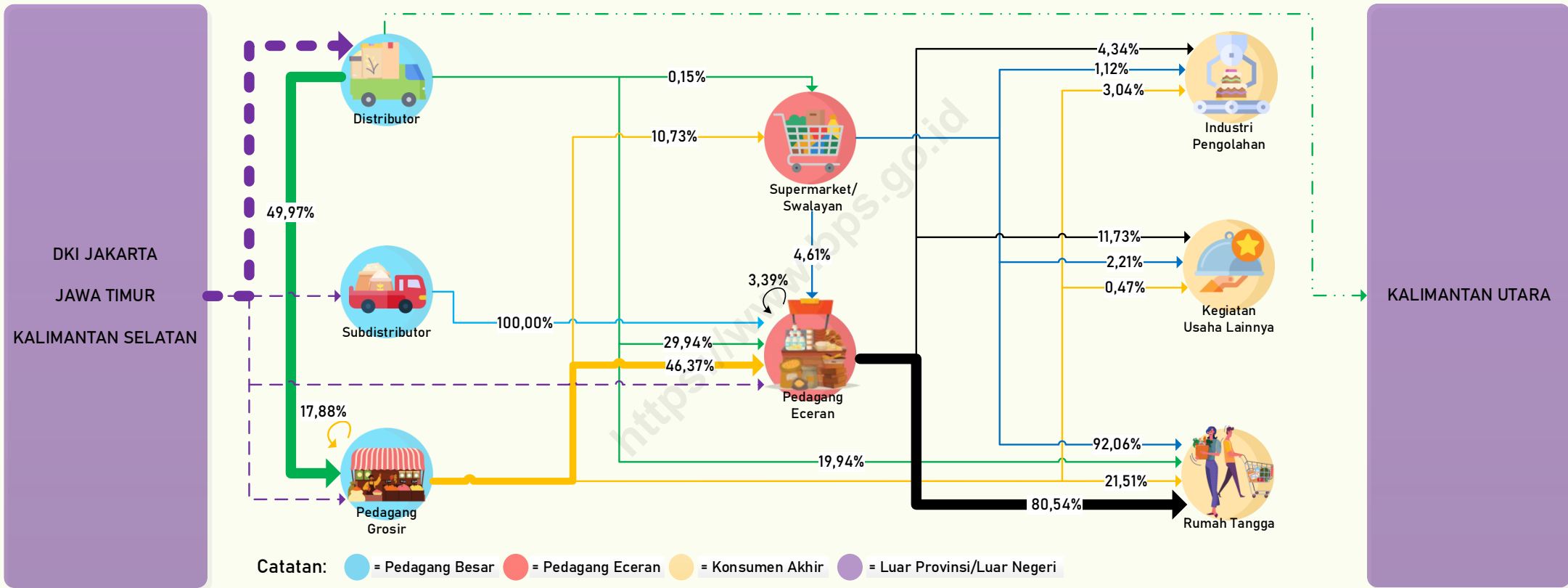


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Kalimantan Timur dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Kalimantan Timur memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
50,72%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

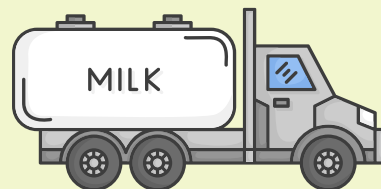
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Kalimantan Timur melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, dan Kalimantan Selatan.



Kalimantan Timur melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Kalimantan Utara.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Kalimantan Timur:

6,45%

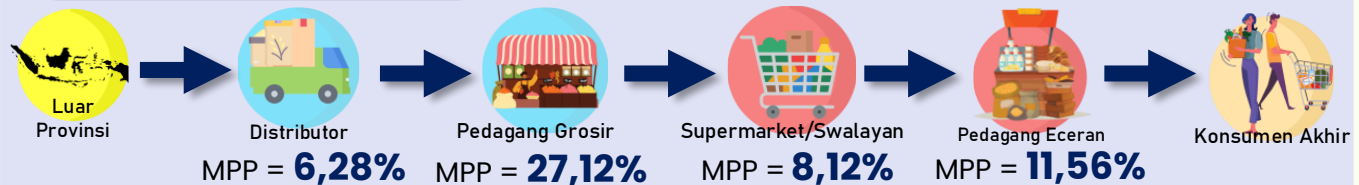
Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk
Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



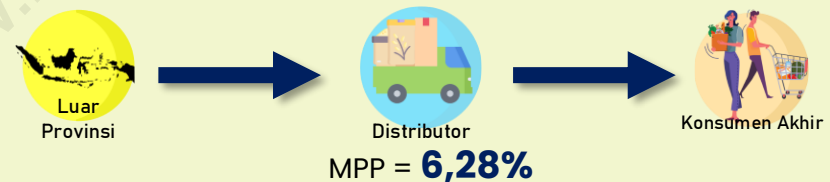
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Kalimantan Timur melalui **4 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagog Grosir, Supermarket/Swalayan, dan Pedagog Eceran dengan **MPP_T** sebesar **62,96%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Kalimantan Timur melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **6,28%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

38,71%

Persentase pelaku usaha yang melakukan
penjualan atau pembelian melalui internet
atau online.



PROVINSI KALIMANTAN UTARA



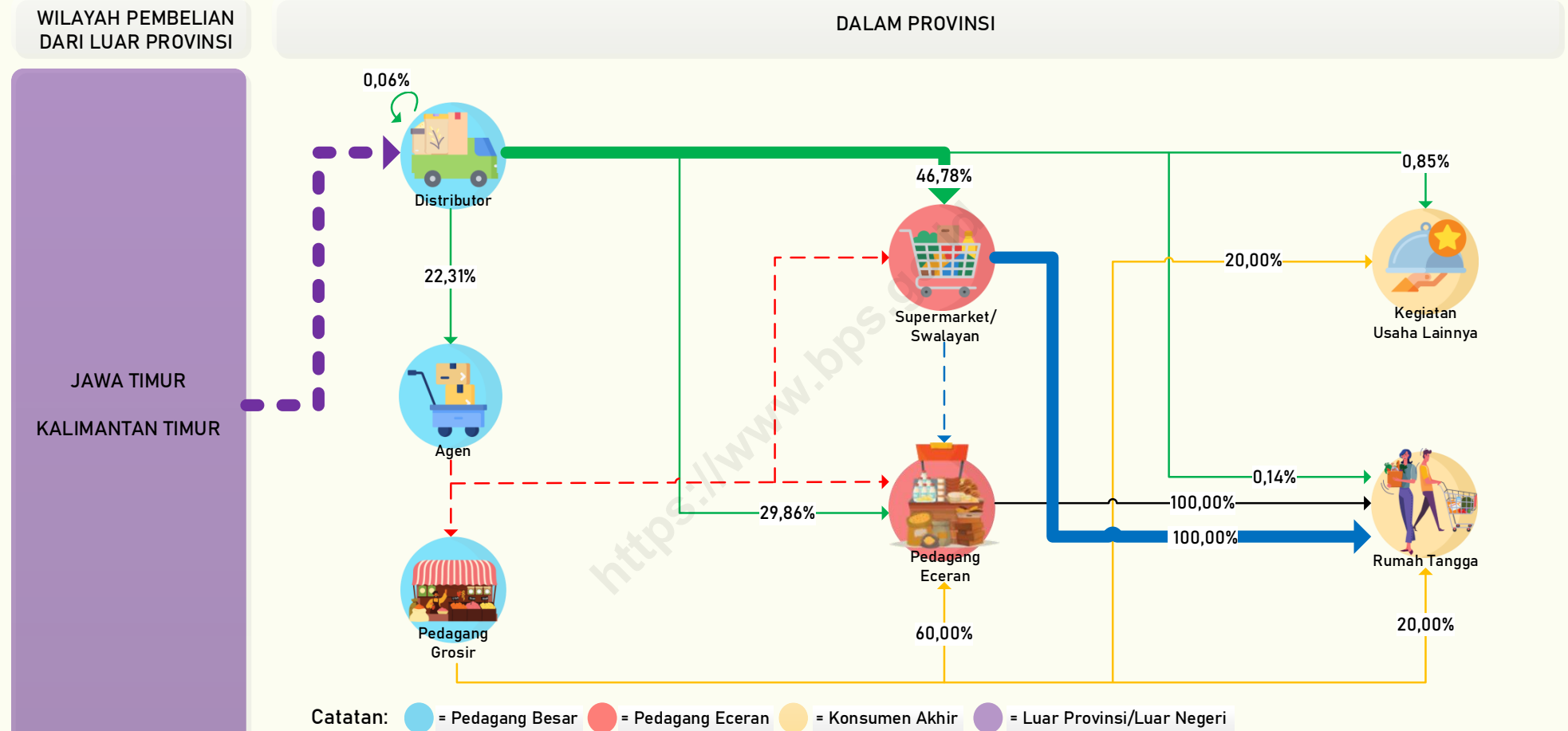
Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Kalimantan Utara

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

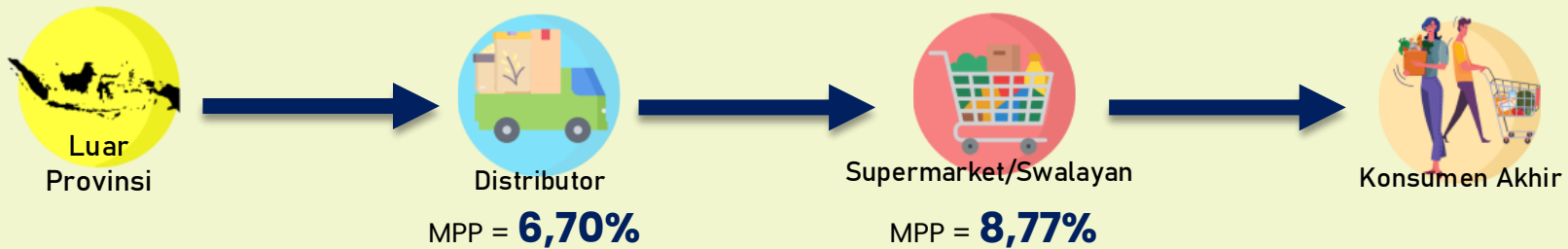


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Distribusi susu bubuk di Provinsi Kalimantan Utara dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Kalimantan Utara memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
16,06%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

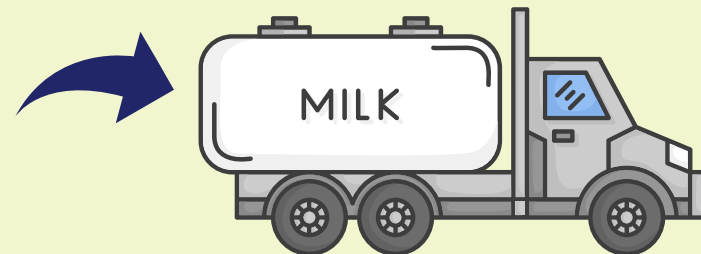
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Kalimantan Utara melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Provinsi Jawa Timur dan Kalimantan Timur.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Kalimantan Utara:

11,11%

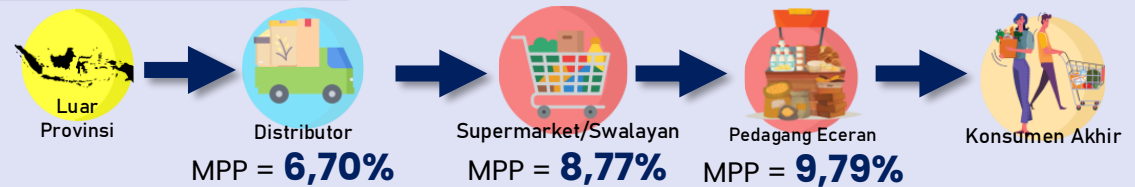
Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



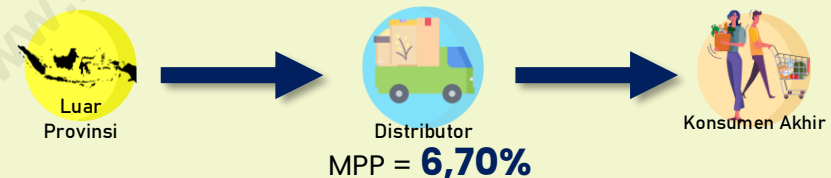
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Kalimantan Utara melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Supermarket/Swalayan, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **27,41%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Kalimantan Utara melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **6,70%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

18,52%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI SULAWESI UTARA



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Sulawesi Utara

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk..

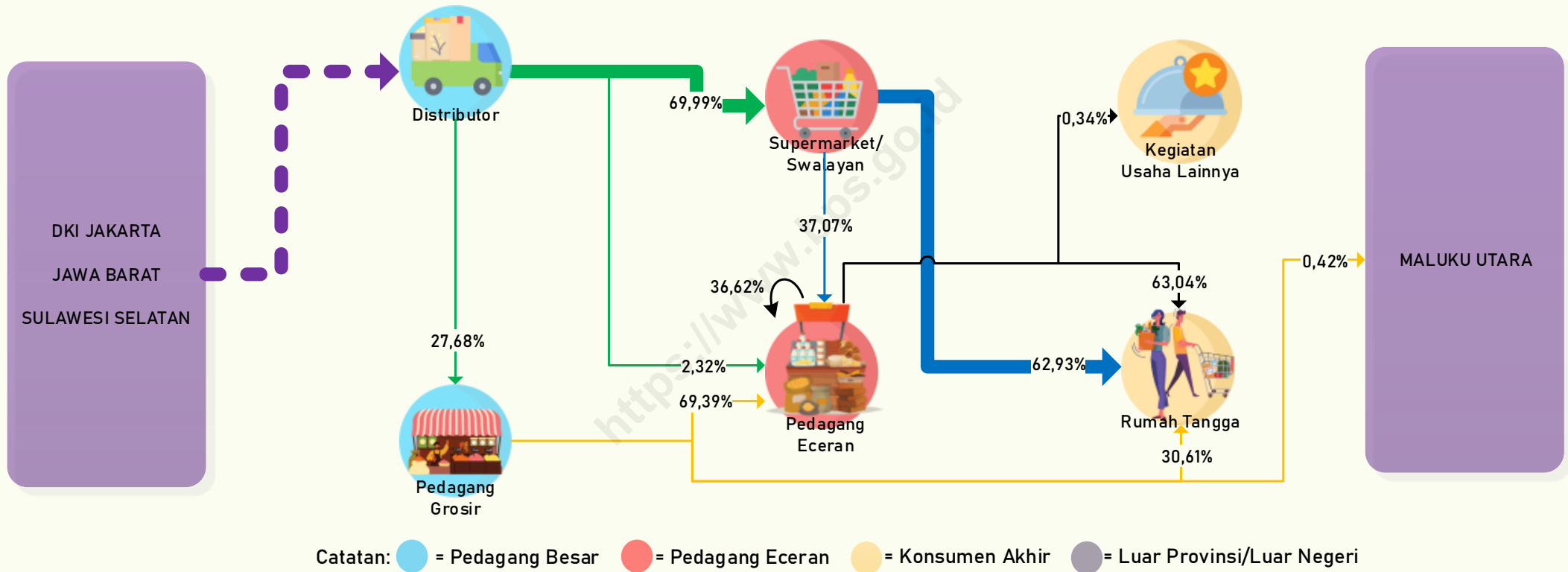


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN DARI
LUAR PROVINSI

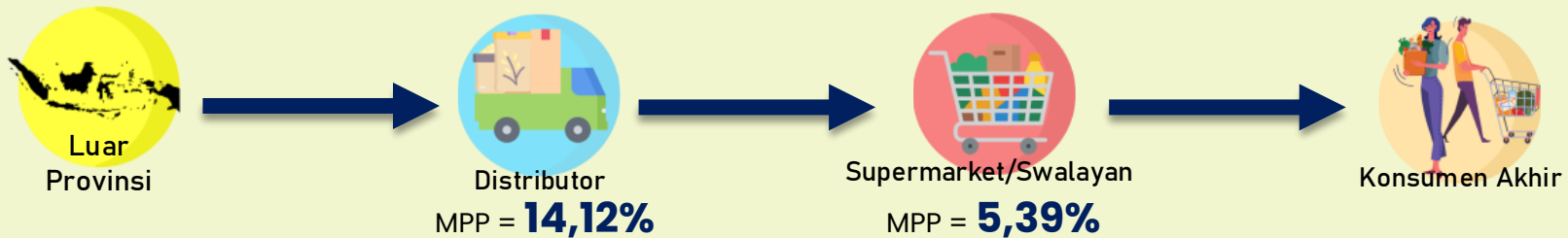
DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN KE
LUAR PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Sulawesi Utara dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir, pedagang eceran, dan supermarket/swलयan.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Sulawesi Utara memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
20,27 %

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

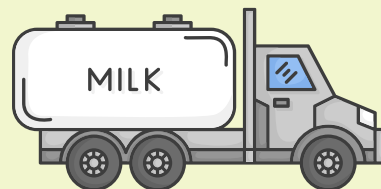
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian..

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Sulawesi Utara melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Sulawesi Selatan.



Sulawesi Utara melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Maluku Utara.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Sulawesi Utara:

4,35%

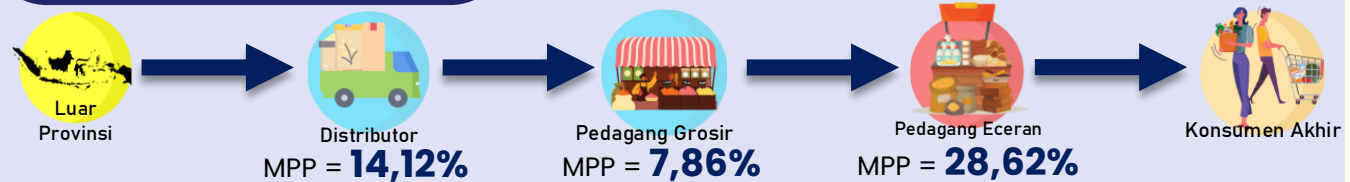
Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



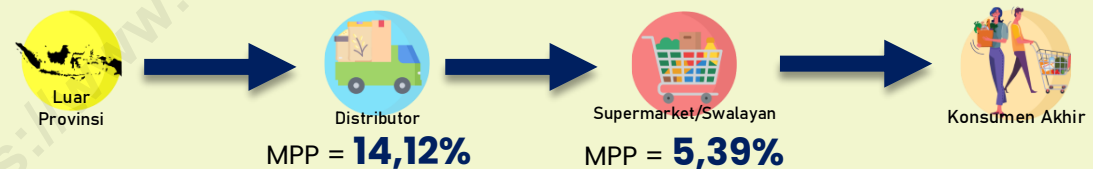
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Sulawesi Utara melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **58,32%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Sulawesi Utara sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **2 pedagang perantara**, yakni Distributor dan Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **20,27%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

56,52%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI SULAWESI TENGAH



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Sulawesi Tengah

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

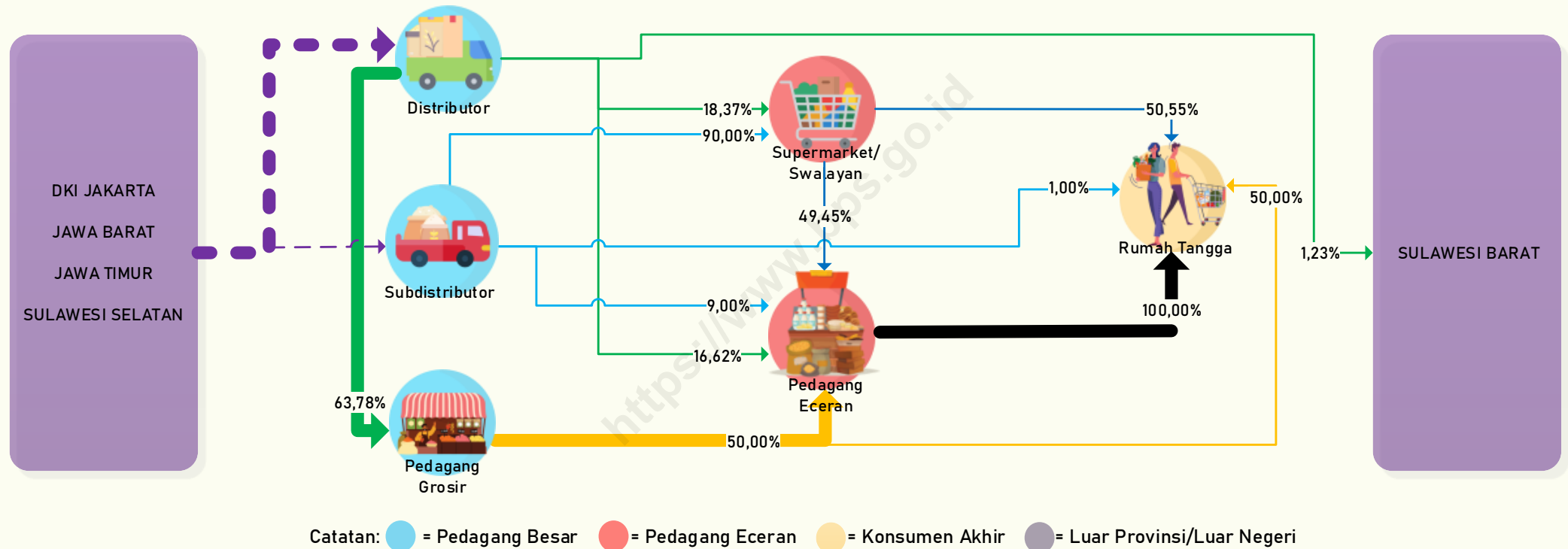


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN DARI
LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN KE
LUAR PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Sulawesi Tengah dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara** yaitu distributor, subdistributor, pedagang grosir, pedagang eceran, dan supermarket/swalayan.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Luar
Provinsi



Distributor
MPP = **10,04%**



Pedagang Grosir
MPP = **3,23%**



Pedagang Eceran
MPP = **9,66%**



Konsumen Akhir

Pola utama di Provinsi Sulawesi Tengah memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
24,57%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

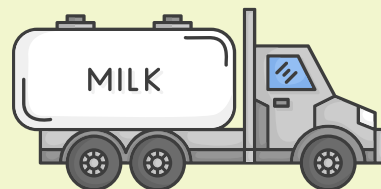
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Sulawesi Tengah melakukan **pembelian** susu bubuk dari **4 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Sulawesi Selatan.



Sulawesi Tengah melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Sulawesi Barat.



Selama Januari-Juni 2025, di Provinsi Sulawesi Tengah **tidak ada FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG** baik itu operasi pasar, bencana alam, maupun impor.



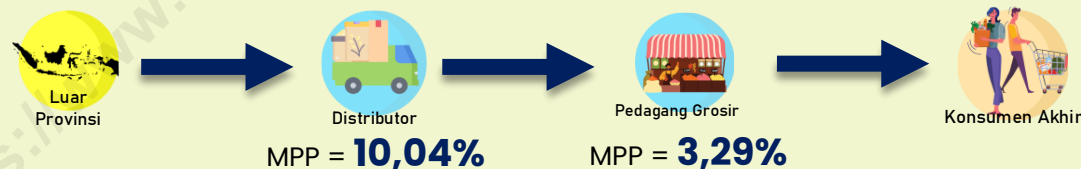
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Sulawesi Tengah melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **24,57%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Sulawesi Tengah sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **2 pedagang perantara**, yakni Distributor dan Pedagang Grosir dengan **MPP_T** sebesar **13,59%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

33,33%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI SULAWESI SELATAN



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Sulawesi Selatan

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

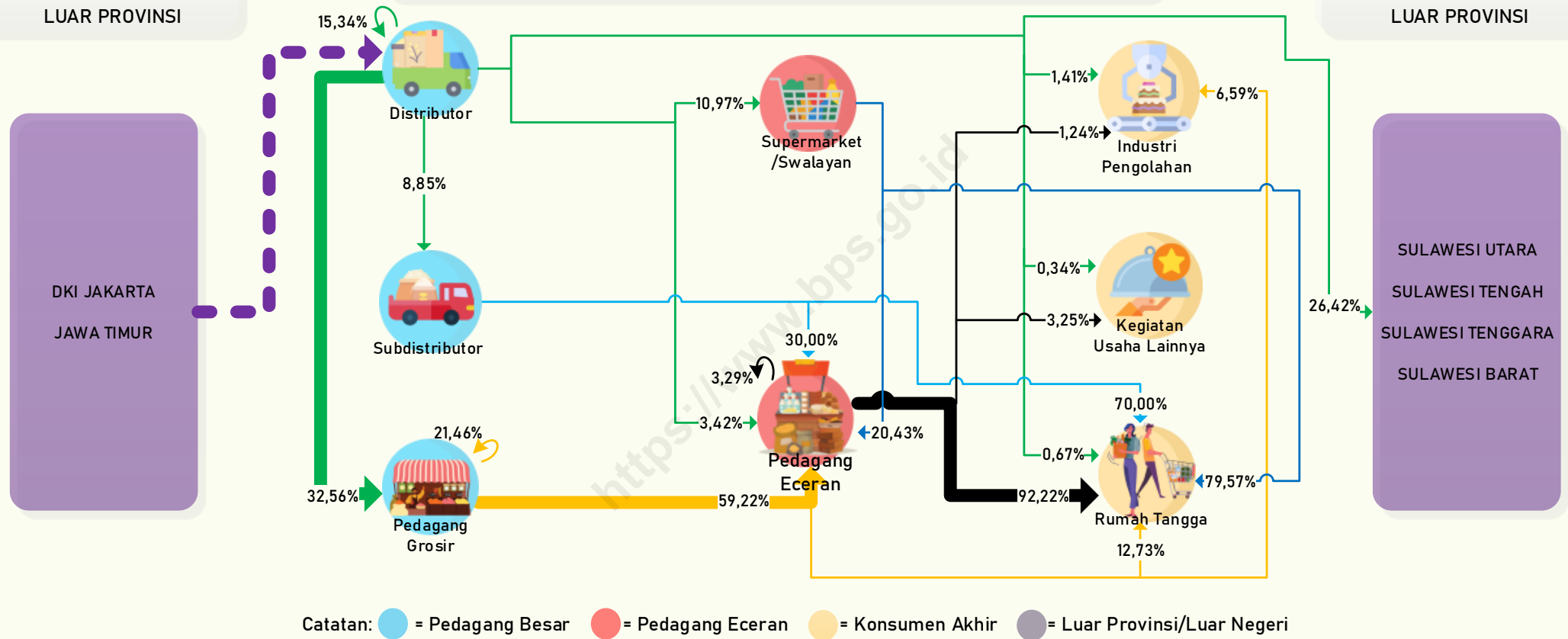


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN DARI
LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

WILAYAH PENJUALAN KE
LUAR PROVINSI



Distribusi susu bubuk di Provinsi Sulawesi Selatan dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, pedagang grosir, pedagang eceran, dan supermarket/swalayan.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Sulawesi Selatan memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
43,66%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

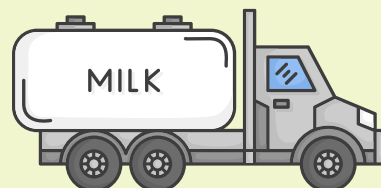
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Sulawesi Selatan melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta dan Jawa Timur.



Sulawesi Selatan melakukan **penjualan** susu bubuk ke **5 provinsi lain** yaitu Provinsi Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Barat.



Selama Januari-Juni 2025, di Provinsi Sulawesi Selatan **tidak ada FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG** baik itu operasi pasar, bencana alam, maupun impor.



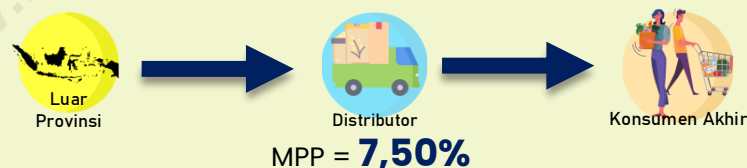
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Sulawesi Selatan melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **43,66%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Sulawesi Selatan sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **7,50%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

43,75%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online



PROVINSI SULAWESI TENGGARA



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Sulawesi Tenggara

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

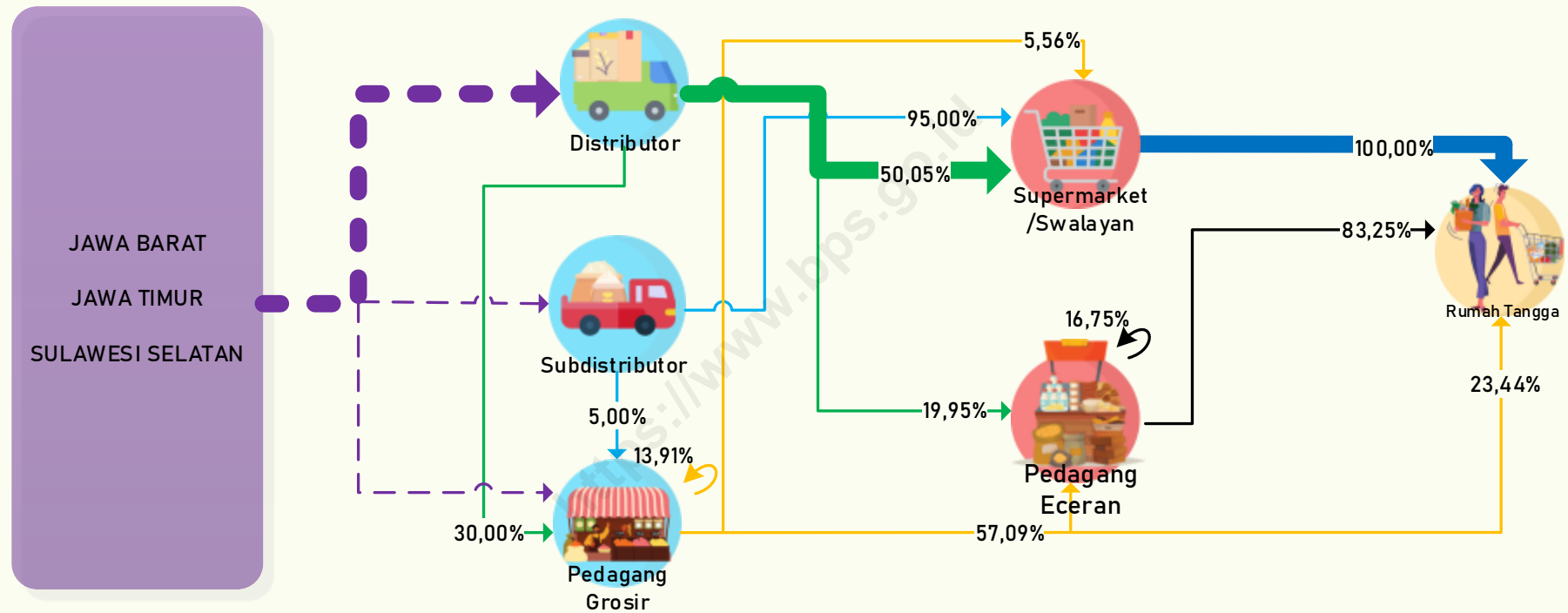
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN DARI
LUAR PROVINSI

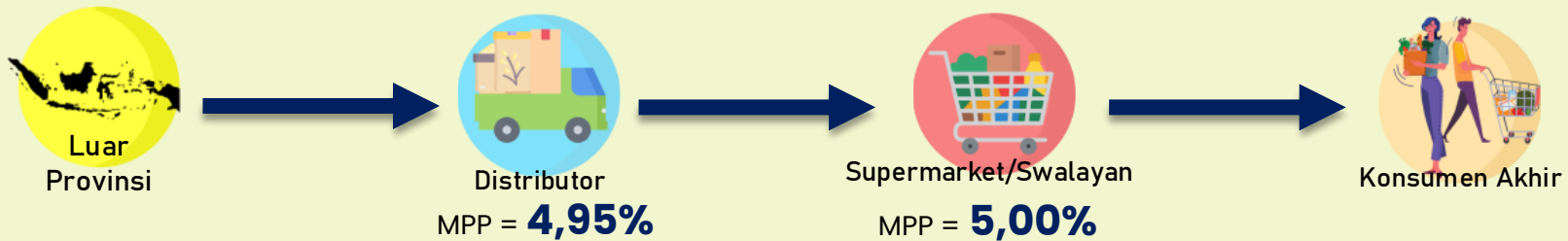
DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Sulawesi Tenggara dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, distributor, subdistributor, pedagang grosir, pedagang eceran, dan supermarket/swalayan.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Sulawesi Tenggara memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
10,20%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

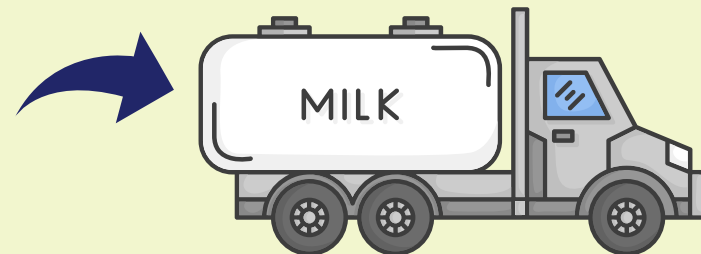
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Sulawesi Tenggara melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan.





Selama Januari-Juni 2025, di Provinsi Sulawesi Tenggara **tidak ada FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG** baik itu operasi pasar, bencana alam, maupun impor.



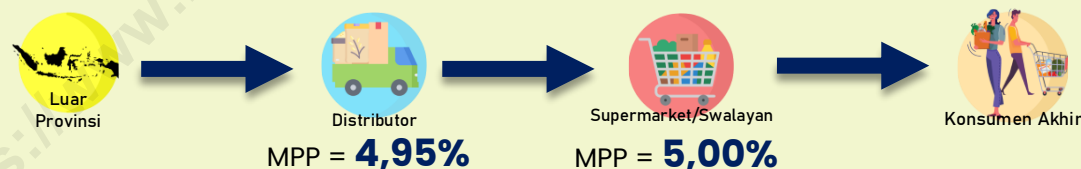
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Sulawesi Tenggara melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **46,20%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Sulawesi Tenggara sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **2 pedagang perantara**, yakni Distributor dan Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **10,20%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

31,25%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI GORONTALO



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Gorontalo

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

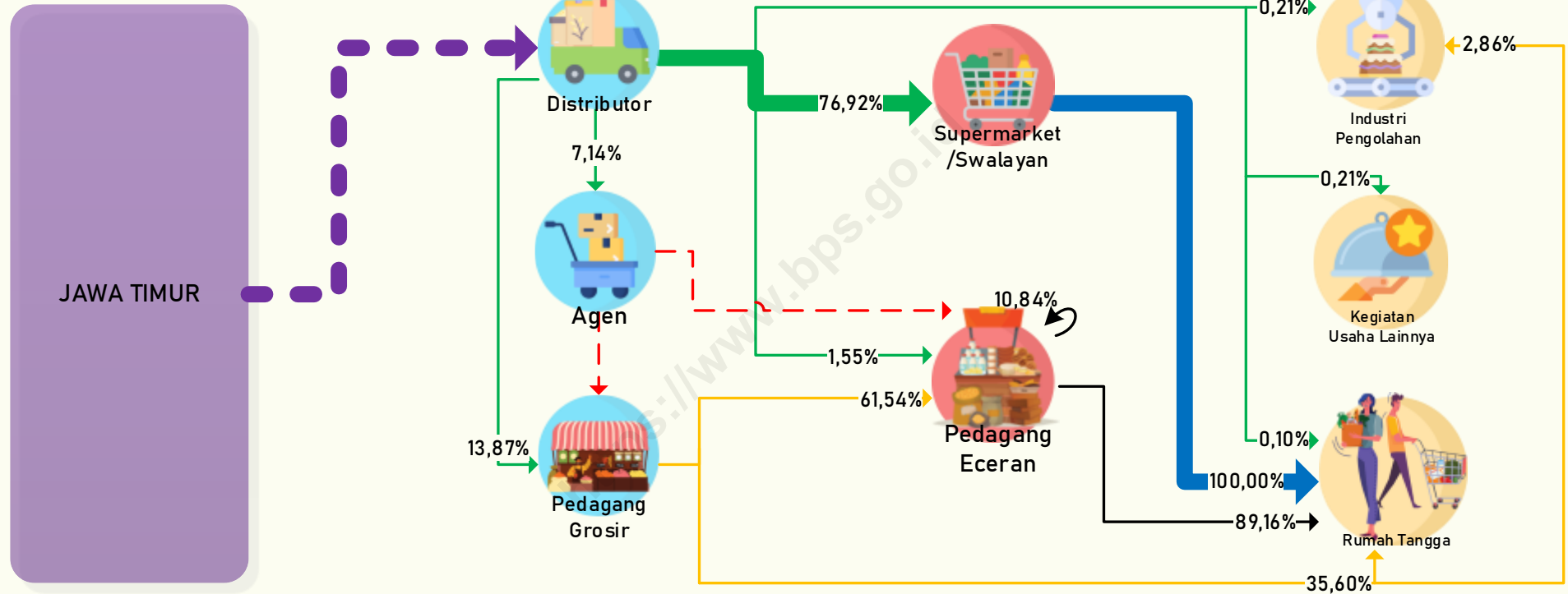
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN DARI
LUAR PROVINSI

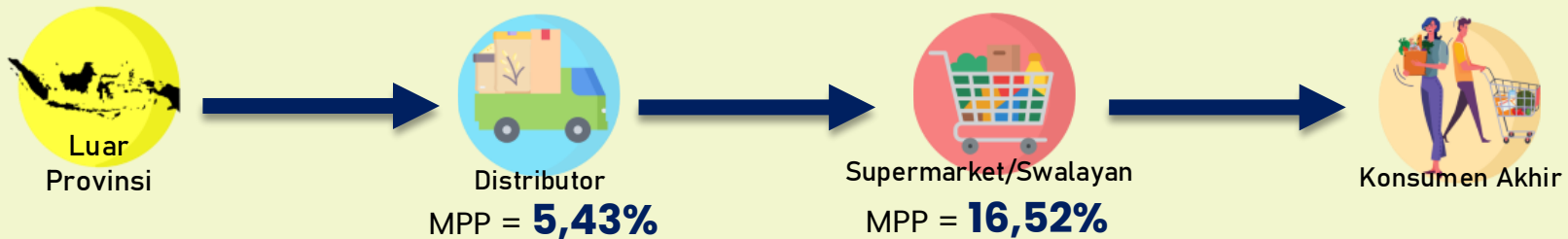
DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Gorontalo dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, distributor, agen, pedagang grosir, pedagang eceran, dan supermarket/swalayan.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Gorontalo memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
22,85%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

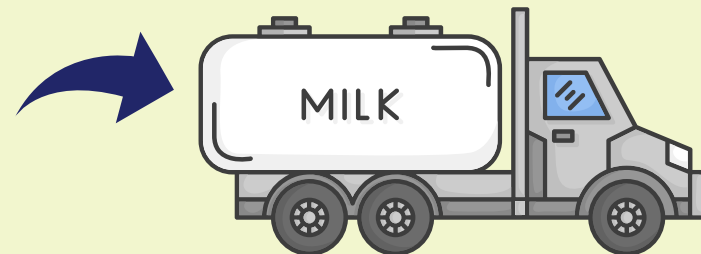
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Gorontalo melakukan **pembelian** susu bubuk dari **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Jawa Timur.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Gorontalo:

7,14%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.



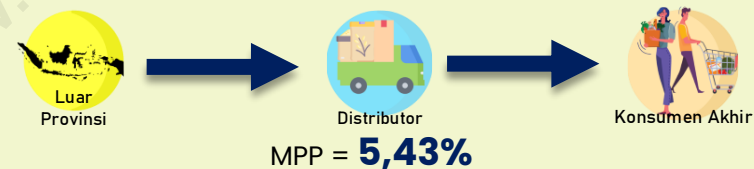
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Gorontalo melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **32,66%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Gorontalo sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **5,43%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

10,71%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI SULAWESI BARAT



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Sulawesi Barat

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

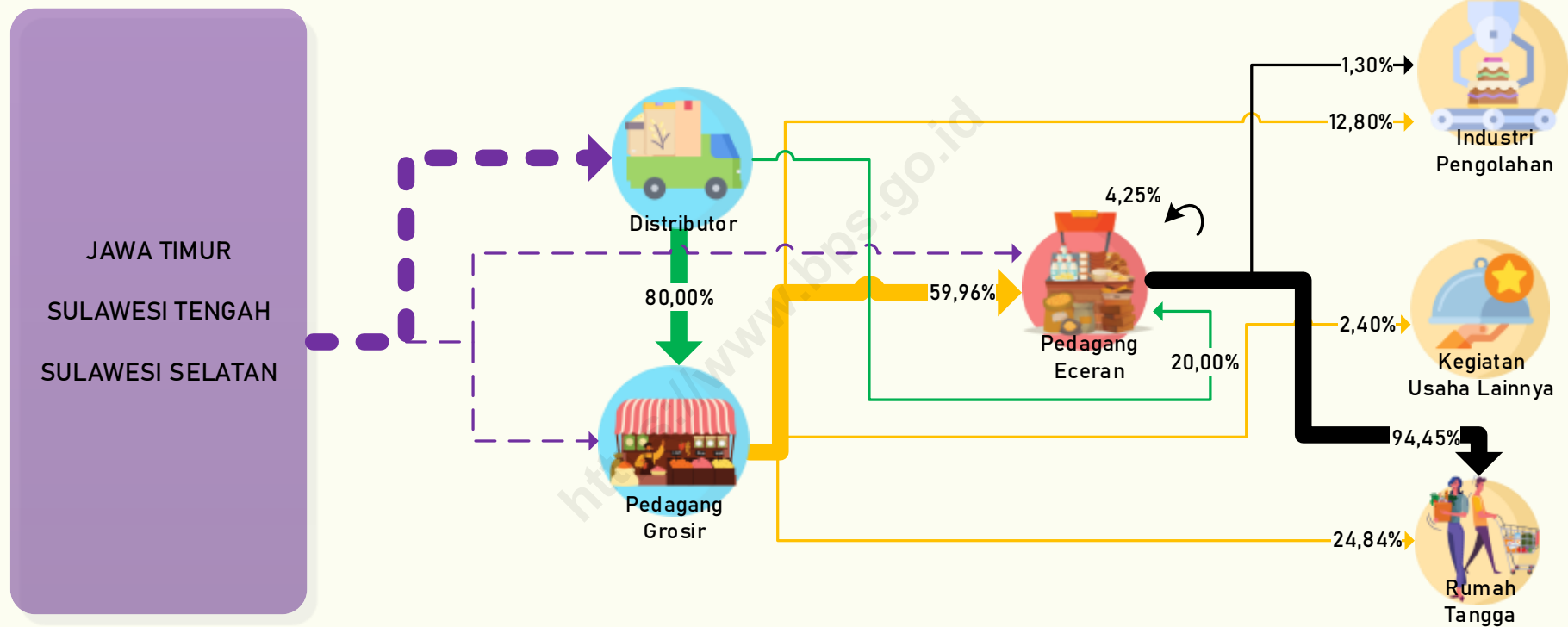
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN DARI
LUAR PROVINSI

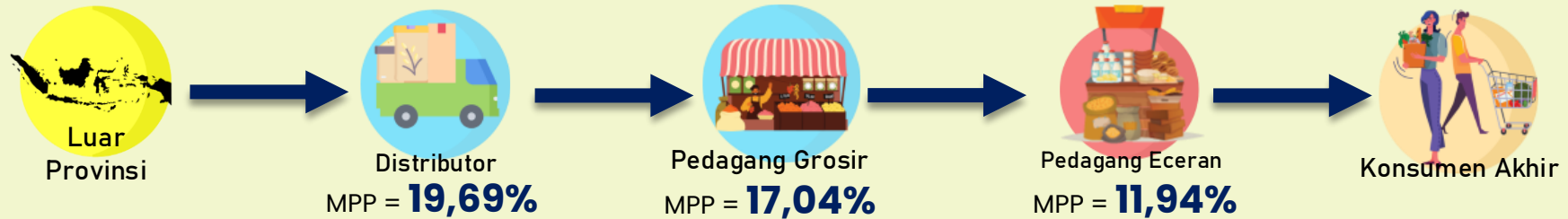
DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi/Luar Negeri

Distribusi susu bubuk di Provinsi Sulawesi Barat dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **3 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Sulawesi Barat memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
56,81%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

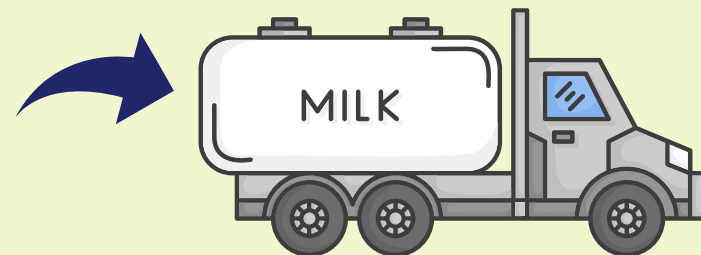
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Sulawesi Barat melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi Jawa Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Sulawesi Barat:

4,17%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Sulawesi Barat melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T sebesar 56,81%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Sulawesi Barat sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **1 pedagang perantara**, yakni Pedagang Grosir dengan **MPP_T sebesar 11,94%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

29,17%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI MALUKU



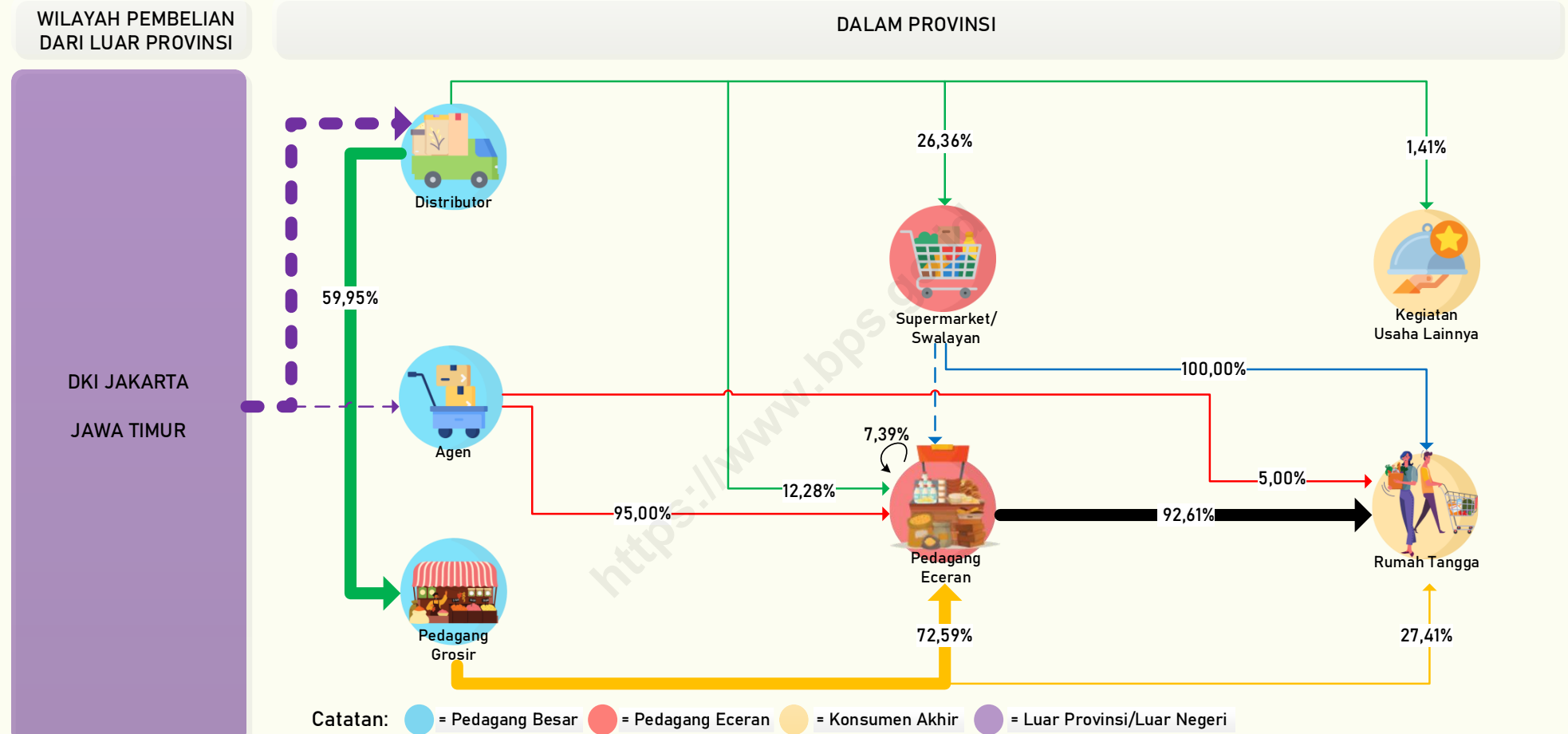
Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Maluku

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

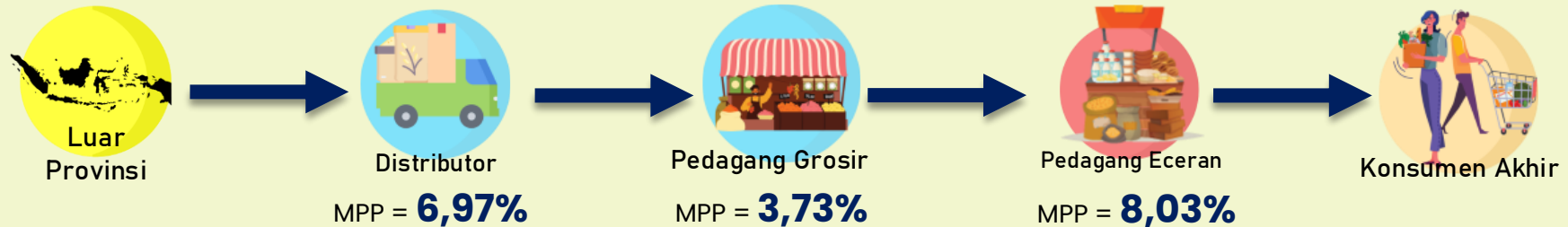


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Distribusi susu bubuk di Provinsi Maluku dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Maluku memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
19,87%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

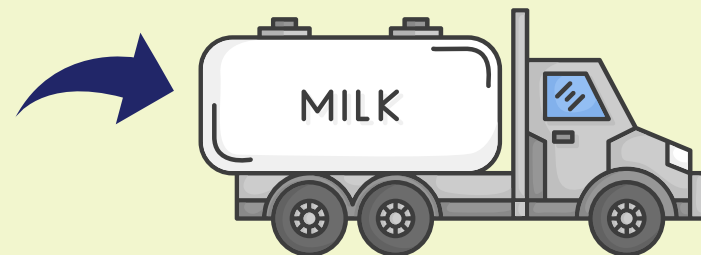
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Maluku melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta dan Jawa Timur.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Maluku:

5,56%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.

5,56%

Terdampak
IMPOR

Masuknya pasokan komoditas dari luar negeri.



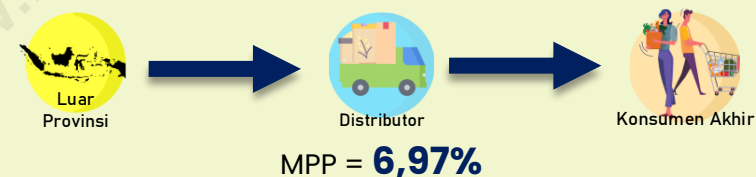
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Maluku melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Supermarket/Swalayan, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T sebesar 28,40%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Maluku melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T sebesar 6,97%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

22,22%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI MALUKU UTARA



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di

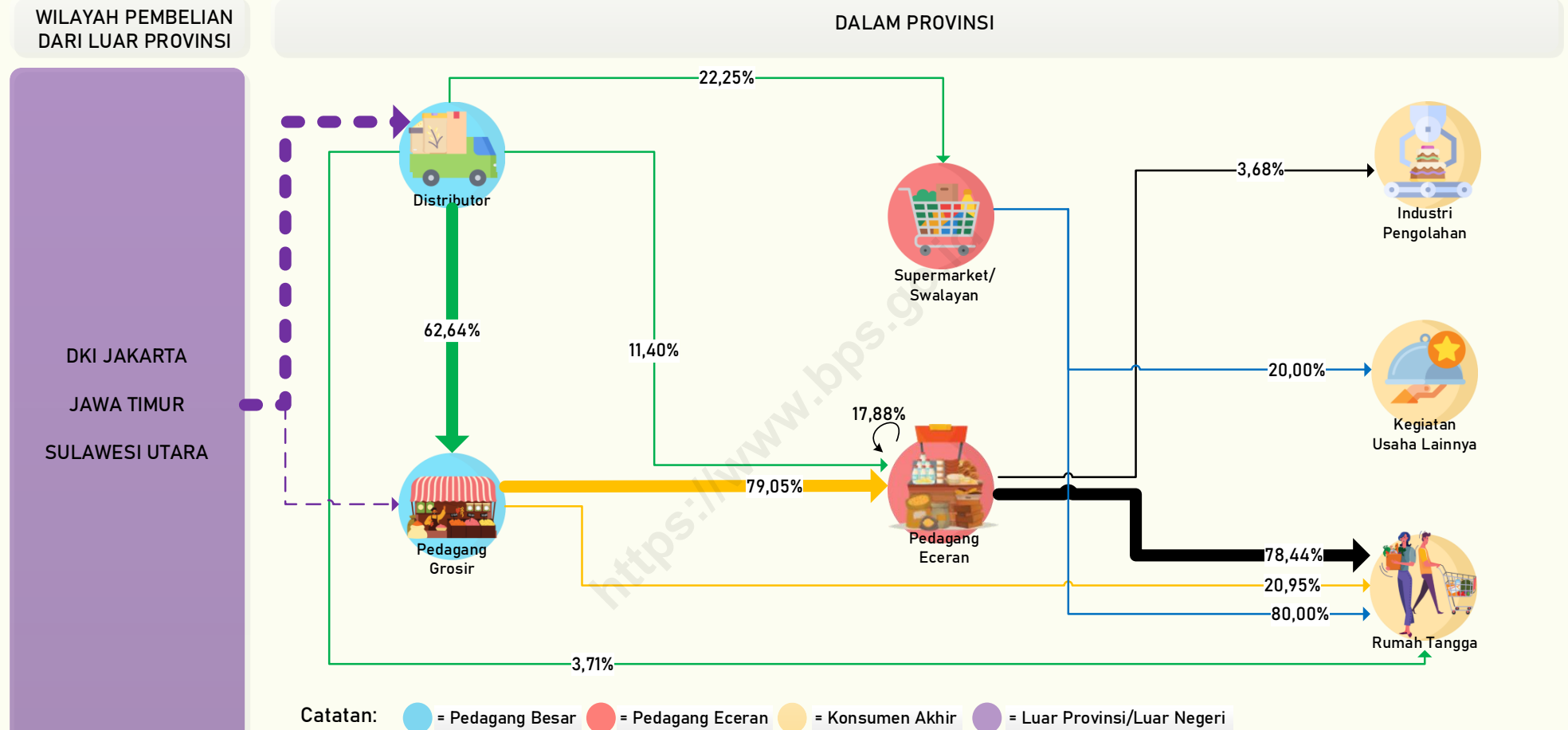
Provinsi Maluku Utara

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Distribusi susu bubuk di Provinsi Maluku Utara dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu distributor, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Maluku Utara memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
40,82%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

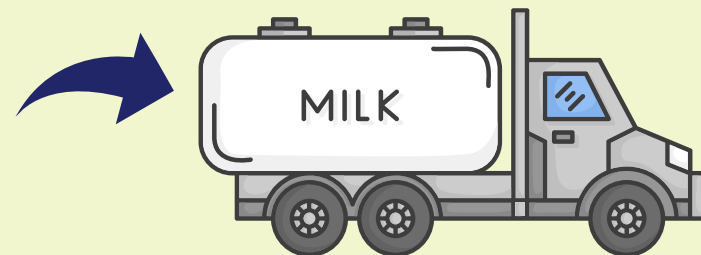
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Maluku Utara melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu Provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, dan Sulawesi Utara.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Maluku Utara:

8,33%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk
Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



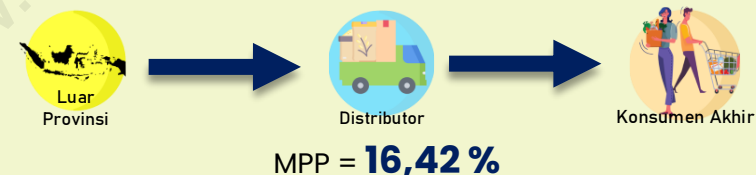
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Maluku Utara sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **40,82%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Maluku Utara melalui **1 pedagang perantara**, yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **16,42%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

50,00%

Persentase pelaku usaha yang melakukan
penjualan atau pembelian melalui internet
atau online.



PROVINSI PAPUA BARAT



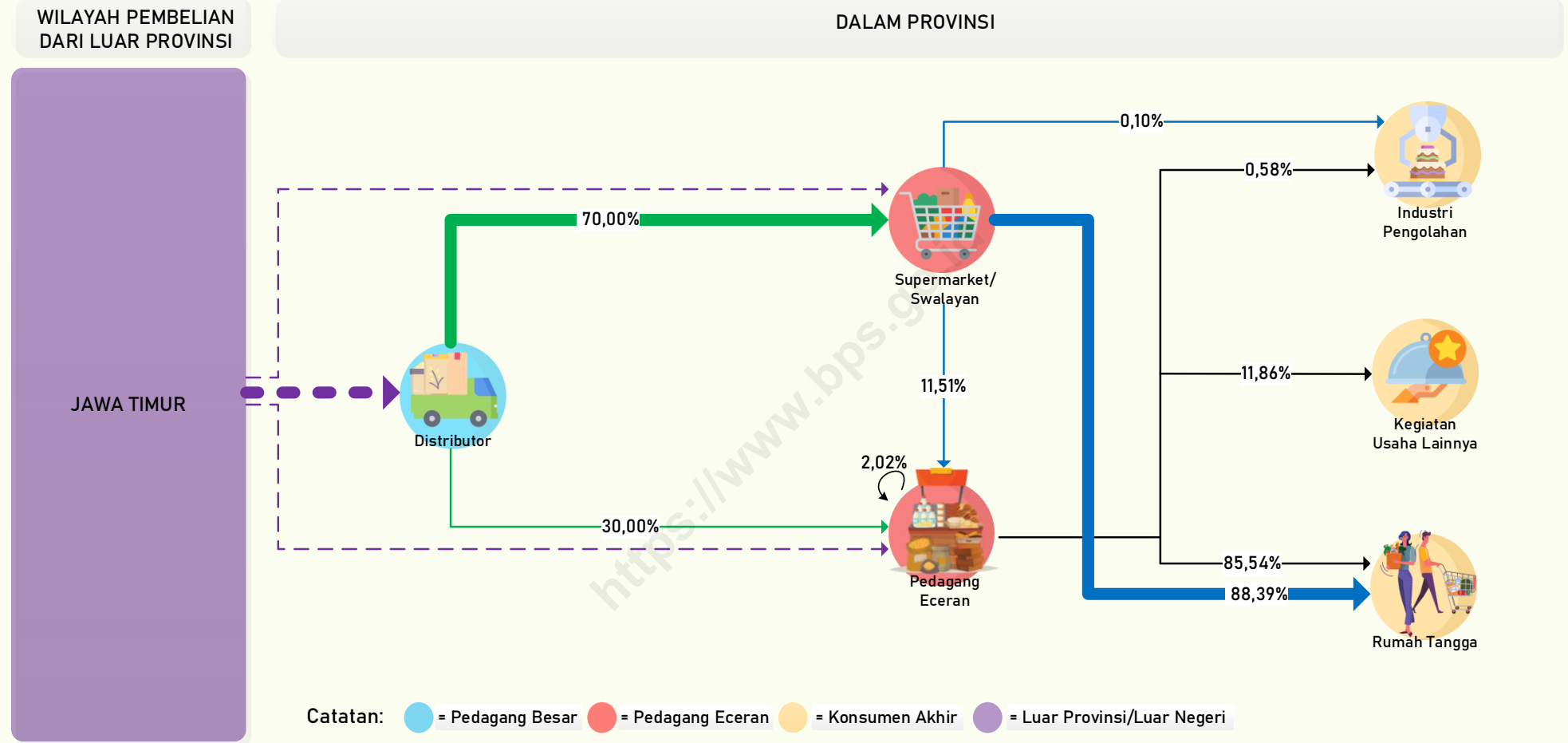
Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Papua Barat

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

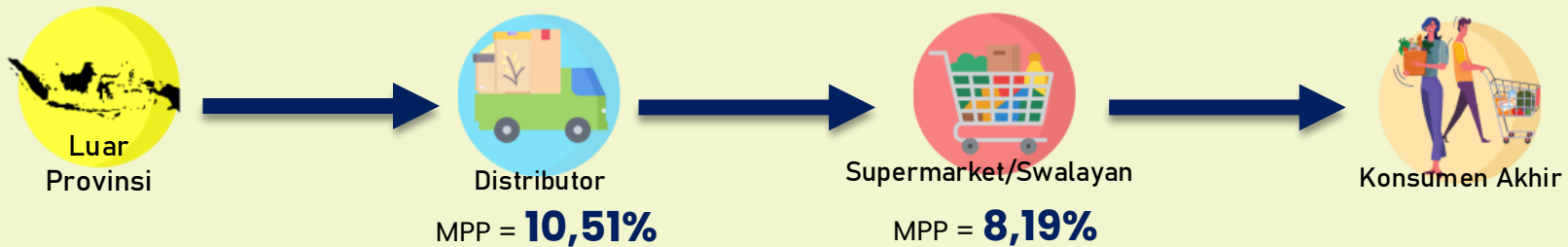


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Distribusi susu bubuk di Provinsi Papua Barat dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **3 pedagang perantara**, yaitu distributor, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Papua Barat memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
19,56%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

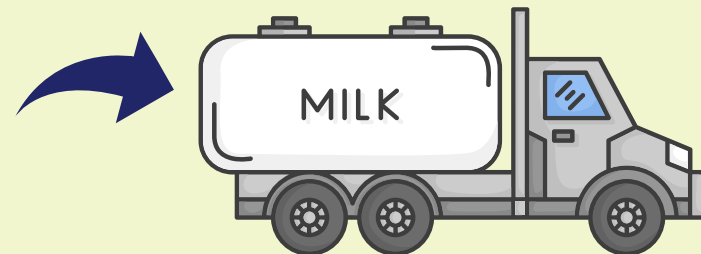
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Papua Barat melakukan **pembelian** susu bubuk dari **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Jawa Timur.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Papua Barat:

21,74%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.

4,35%

Terdampak
BENCANA ALAM

Bencana akibat peristiwa alam, antara lain: gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, cuaca ekstrem, angin topan, dan tanah longsor.



POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Papua Barat melalui **3 pedagang perantara**, yakni Distributor, Supermarket/Swalayan, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **34,18%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Papua Barat sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **1 pedagang perantara**, yakni Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T** sebesar **8,19%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

0%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

PAPUA BARAT DAYA



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di

Provinsi Papua Barat Daya

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

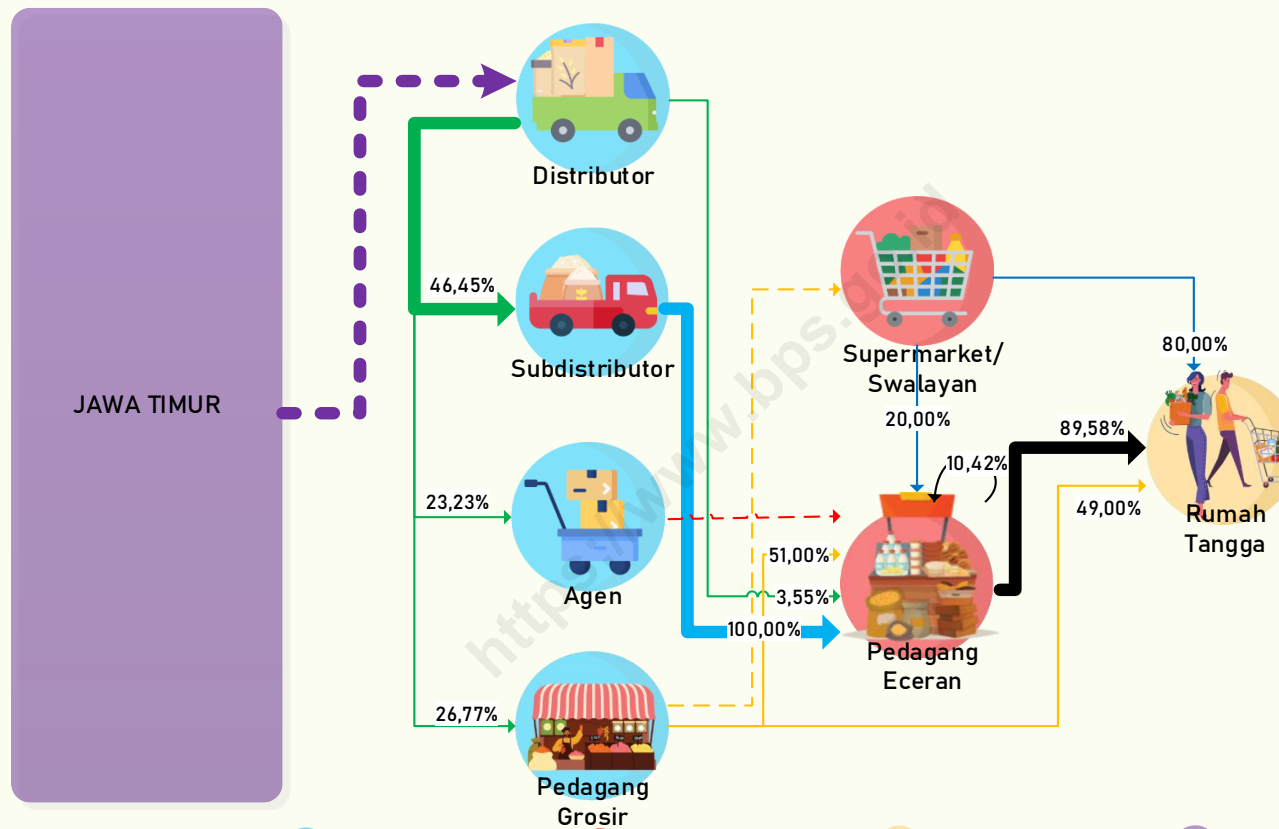
Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

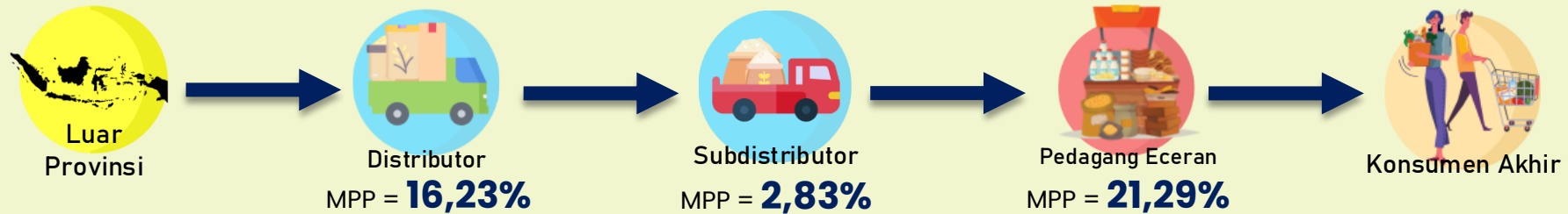
DALAM PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Papua Barat Daya dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **6 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Papua Barat Daya memiliki **4 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **3 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
44,96%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

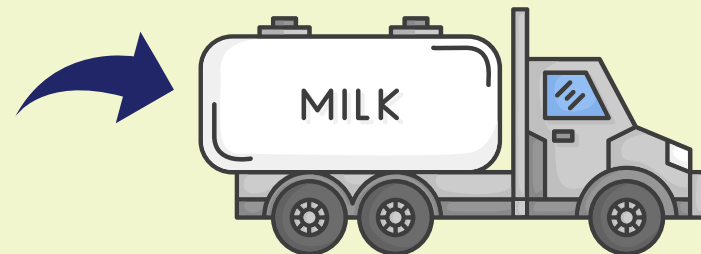
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Papua Barat Daya melakukan **pembelian** susu bubuk dari **1 provinsi lain** yaitu Provinsi Jawa Timur.



FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Papua Barat Daya:

9,52%

Terdampak
OPERASI PASAR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



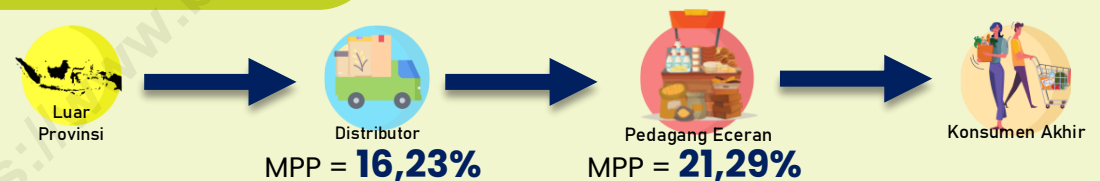
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Papua Barat Daya melalui **3 pedagang perantara** yakni Distributor, Pedagang Grosir, Supermarket/Swalayan, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **87,96%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Papua Barat Daya melalui **2 pedagang perantara** yakni Distributor dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **40,98%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

57,14%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

PAPUA



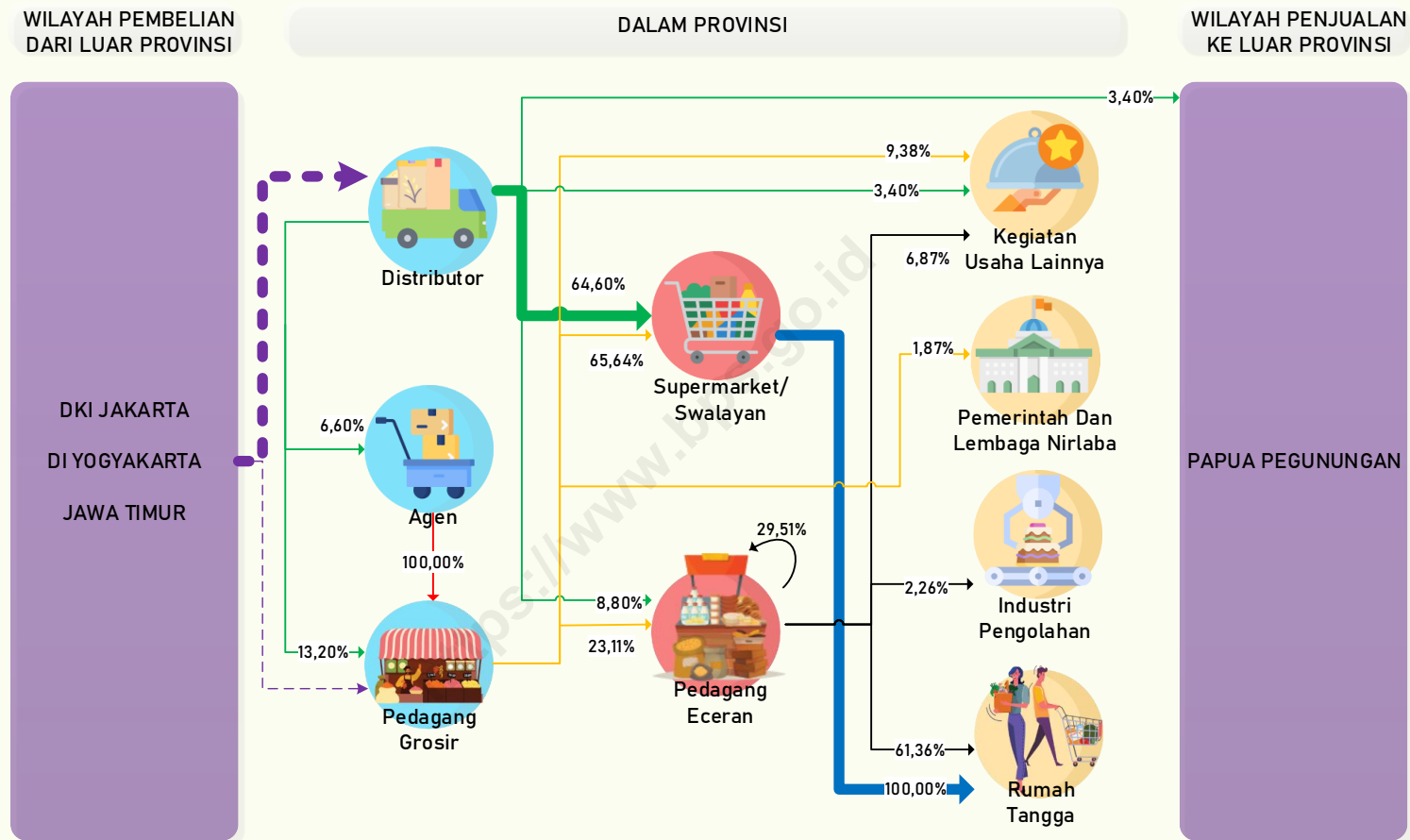
Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Papua

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



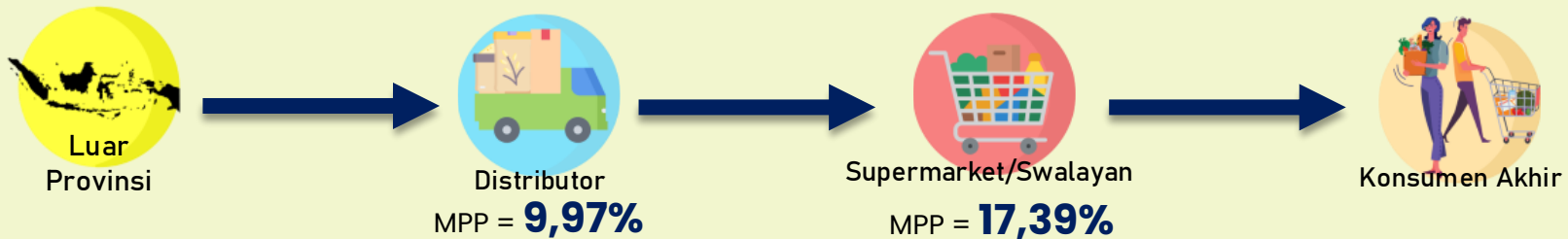
POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Papua dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Papua memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
29,09%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

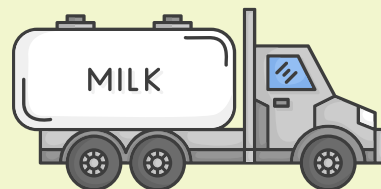
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Papua melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, DI Yogyakarta, dan Jawa Timur.



Papua melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Papua Pegunungan.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Papua :

7,69%

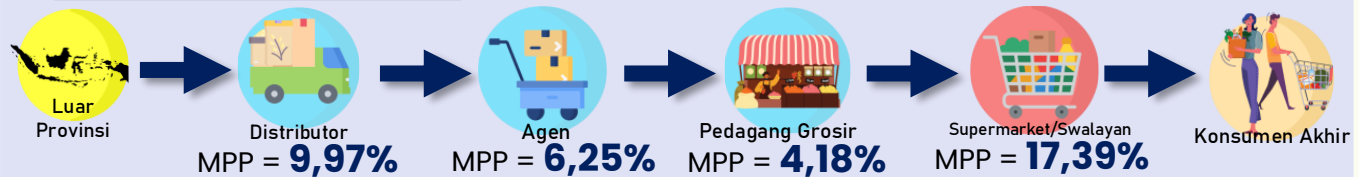
Terdampak
IMPOR

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



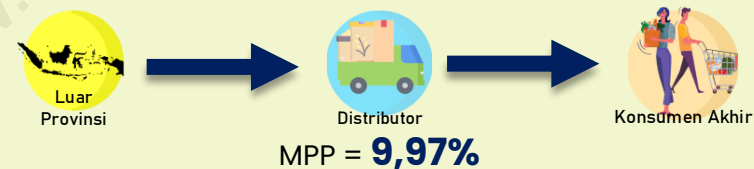
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Papua melalui **4 pedagang perantara** yakni Distributor, Agen, Pedagang Grosir, dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **42,90%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Papua melalui **1 pedagang perantara** yakni Distributor dengan **MPP_T** sebesar **9,97%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

76,92%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

PAPUA SELATAN



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di

Provinsi Papua Selatan

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

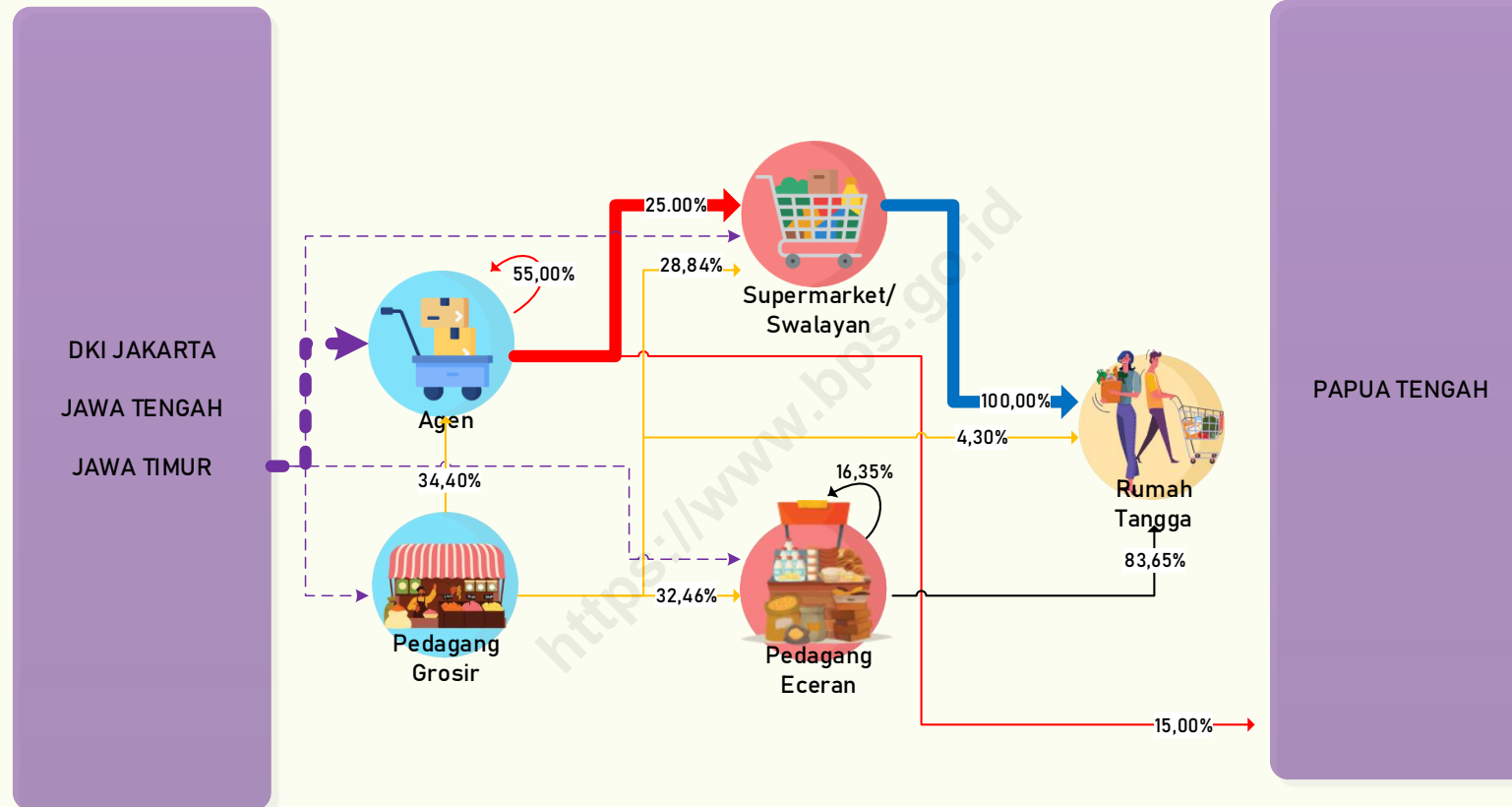


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●

WILAYAH PEMBELIAN
DARI LUAR PROVINSI

DALAM PROVINSI

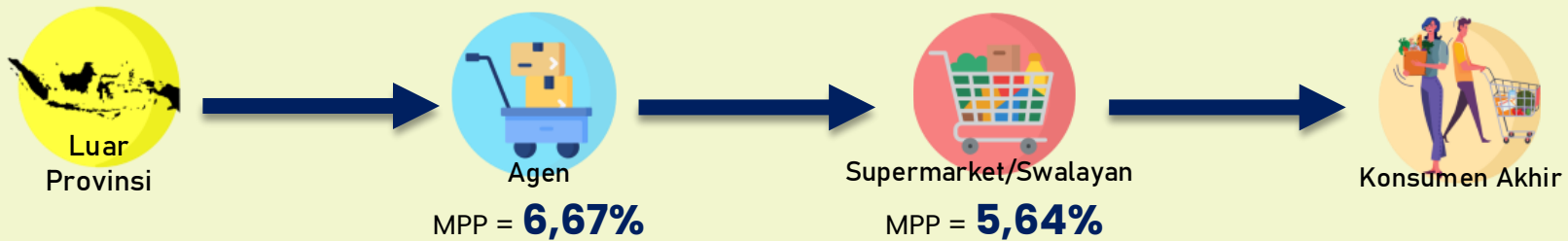
WILAYAH PENJUALAN
KE LUAR PROVINSI



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Papua Selatan dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **4 pedagang perantara**, yaitu agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Papua Selatan memiliki **3 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **2 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
12,69%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

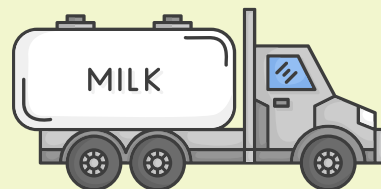
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Papua Selatan melakukan **pembelian** susu bubuk dari **3 provinsi lain** yaitu DKI Jakarta, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.



Papua Selatan melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Papua Tengah.



Selama Januari-Juni 2025, di Provinsi Papua Selatan **tidak ada FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG** baik itu operasi pasar, bencana alam, maupun impor.



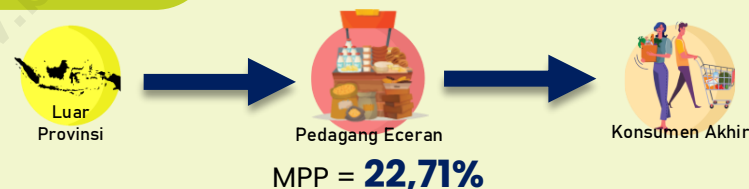
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Papua Selatan melalui **3 pedagang perantara**, yakni Agen, Pedagang Grosir, dan Supermarket/Swalayan dengan **MPP_T sebesar 27,19%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Papua Selatan sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **1 pedagang perantara**, yakni Pedagang Eceran dengan **MPP_T sebesar 22,71%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

30,43%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

PAPUA TENGAH



Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di

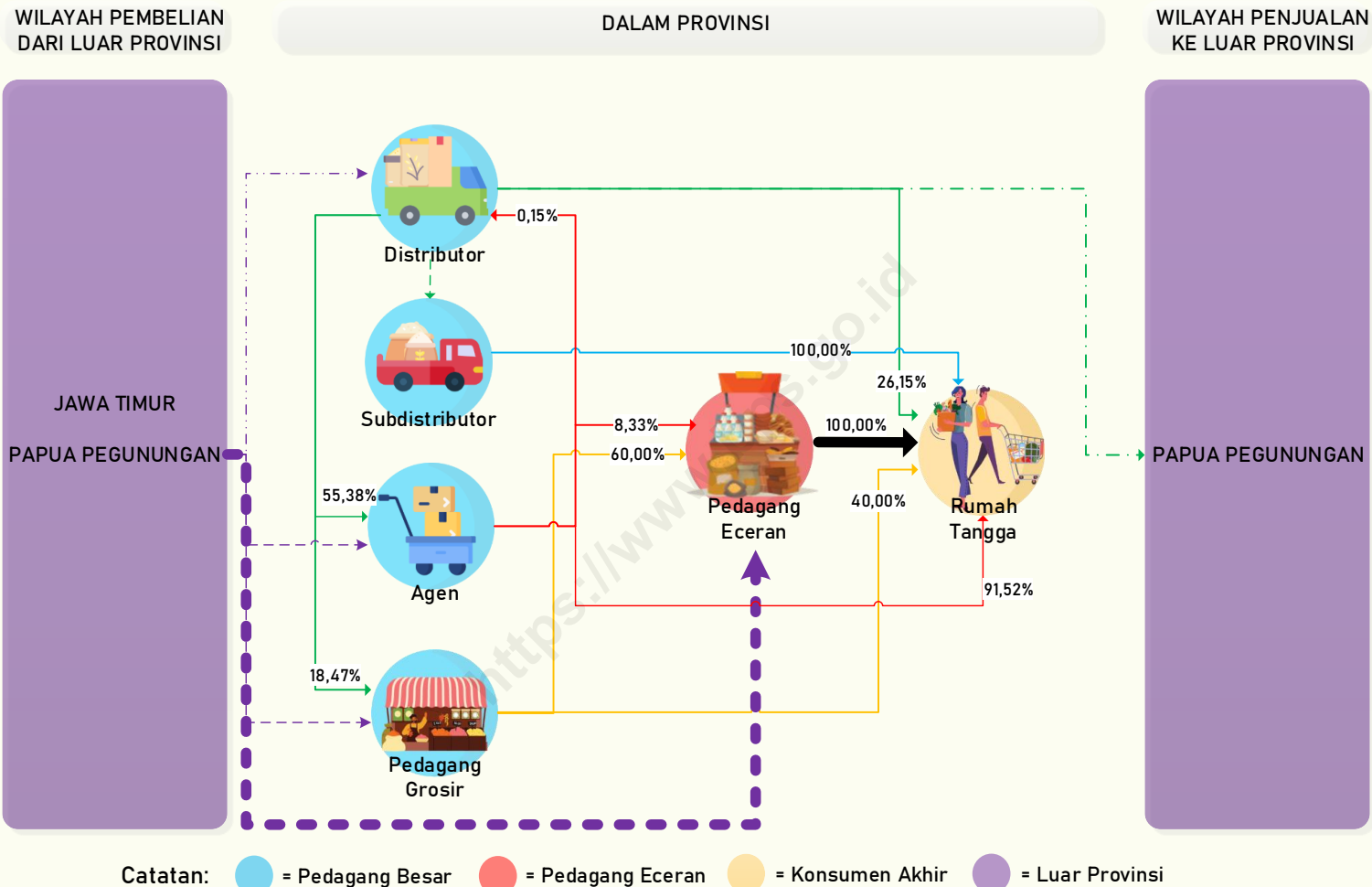
Provinsi Papua Tengah

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.

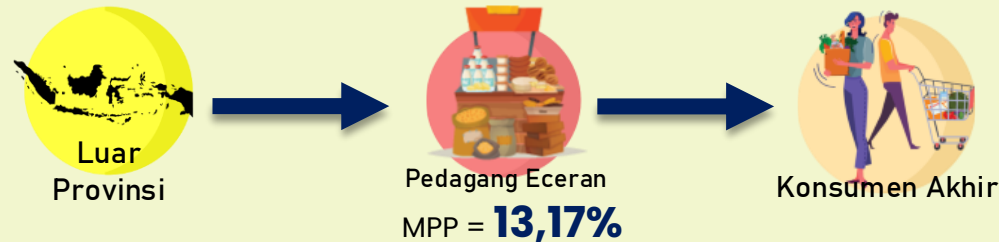


● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Distribusi susu bubuk di Provinsi Papua Tengah dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **5 pedagang perantara**, yaitu distributor, subdistributor, agen, pedagang grosir, dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Papua Tengah memiliki **2 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **1 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
13,17%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

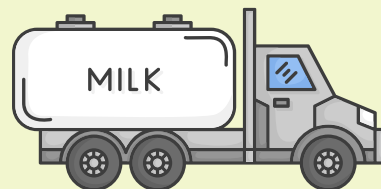
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Papua Tengah melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Jawa Timur dan Papua Pegunungan.



Papua Tengah melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Papua Pegunungan.

FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG

Selama Januari-Juni 2025, pedagang susu bubuk di Provinsi Papua Tengah :

33,33%

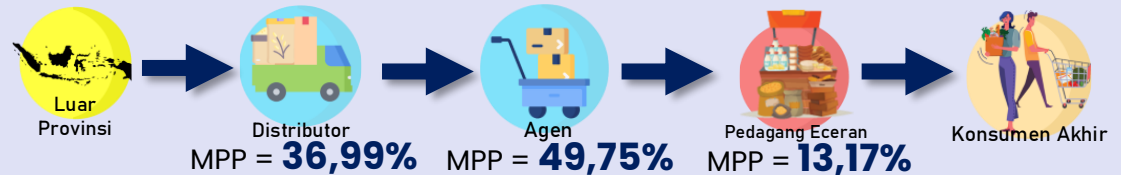
Terdampak
BENCANA ALAM

Kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk Mengendalikan dan menjaga stabilitas harga.



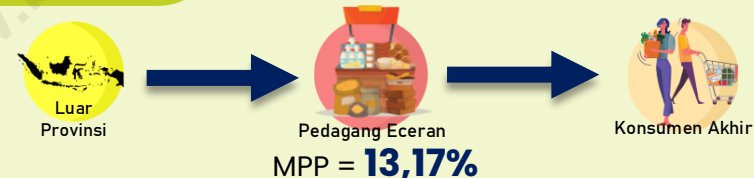
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Papua Tengah melalui **3 pedagang perantara** yakni Distributor, Agen dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **132,16%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Papua Tengah melalui **1 pedagang perantara** yakni Pedagang Eceran dengan **MPP_T** sebesar **13,17%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

28,57%

Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.



PROVINSI

PAPUA PEGUNUNGAN



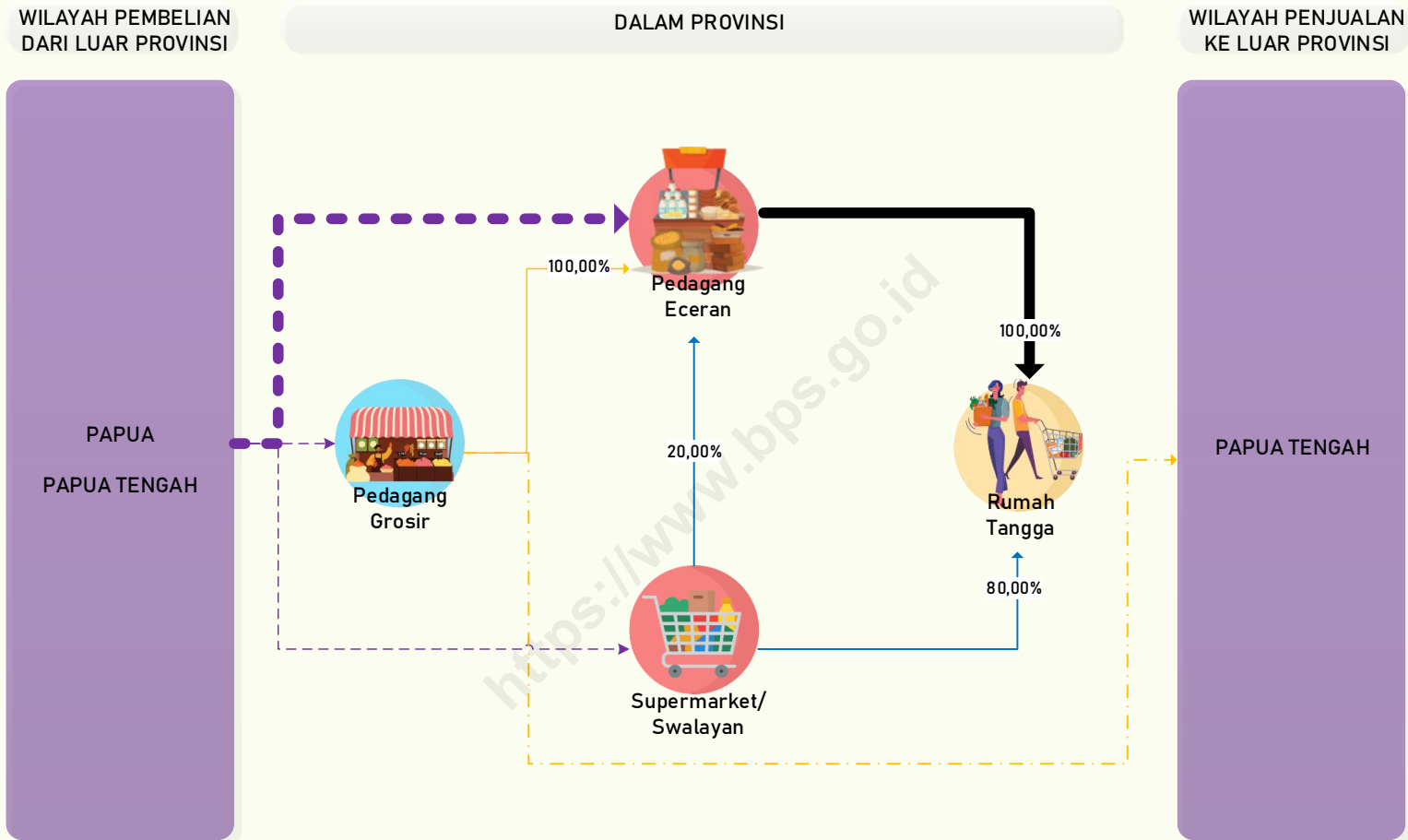
Tidak ada pabrik yang
mengolah susu segar menjadi
susu bubuk di
Provinsi Papua Pegunungan

**Sumber: Direktori Industri Besar Sedang (IBS)
Badan Pusat Statistik Tahun 2024**

Catatan: Tidak termasuk pabrik susu kental manis, susu cair, susu bayi, susu ibu hamil, dan minuman serbuk.



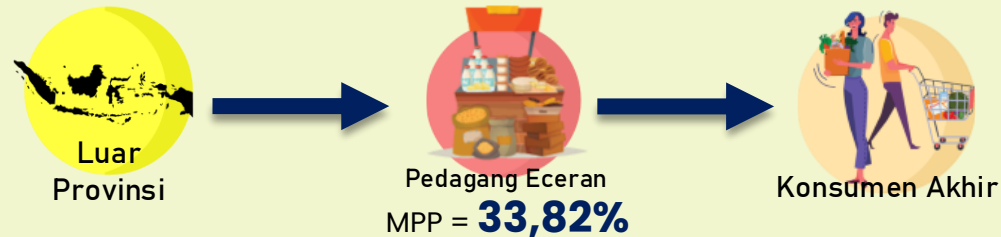
● POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN SUSU BUBUK ●



Catatan: ● = Pedagang Besar ● = Pedagang Eceran ● = Konsumen Akhir ● = Luar Provinsi

Distribusi susu bubuk di Provinsi Papua Pegunungan dari produsen ke konsumen akhir melibatkan **3 pedagang perantara**, yaitu pedagang grosir, supermarket/swalayan dan pedagang eceran.

POLA UTAMA DISTRIBUSI SUSU BUBUK



Pola utama di Provinsi Papua Pegunungan memiliki **2 rantai** dengan pendistribusian melibatkan **1 pedagang perantara**.



MPP TOTAL
33,82%

MPP Total mengindikasikan kenaikan harga dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan pola utamanya.



Margin Perdagangan dan Pengangkutan(MPP)

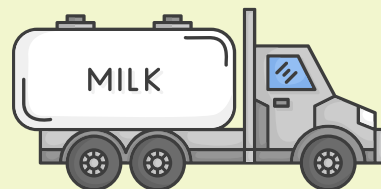
Kompensasi pedagang sebagai penyalur barang yang merupakan selisih antara nilai penjualan dengan nilai pembelian.

Pola Utama

Pola distribusi berdasarkan persentase volume penjualan terbesar dari produsen ke konsumen akhir yang melalui pedagang perantara.

PENDISTRIBUSIAN DARI/KE LUAR PROVINSI

Papua Pegunungan melakukan **pembelian** susu bubuk dari **2 provinsi lain** yaitu Papua dan Papua Tengah.



Papua Pegunungan melakukan **penjualan** susu bubuk ke **1 provinsi lain** yaitu Papua Tengah.

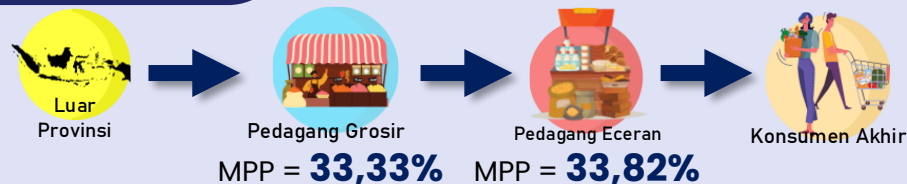


Selama Januari-Juni 2025, di Provinsi Papua Pegunungan **tidak ada FENOMENA PERDAGANGAN MENURUT PERSEPSI PEDAGANG** baik itu operasi pasar, bencana alam, maupun impor.



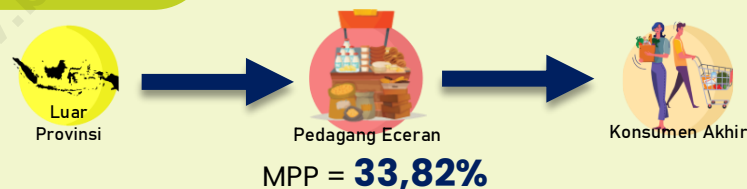
POTENSI POLA TERPANJANG DAN TERPENDEK

POLA TERPANJANG



Potensi pola terpanjang di Provinsi Papua Pegunungan melalui **2 pedagang perantara**, yakni Pedagang Grosir dan Pedagang Eceran dengan **MPP_T sebesar 78,42%**.

POLA TERPENDEK



Potensi pola terpendek di Provinsi Papua Pegunungan sekaligus menjadi pola utama, yaitu melalui **1 pedagang perantara**, yakni Pedagang Eceran dengan **MPP_T sebesar 33,82%**.

PERSENTASE PELAKU USAHA

4,17%

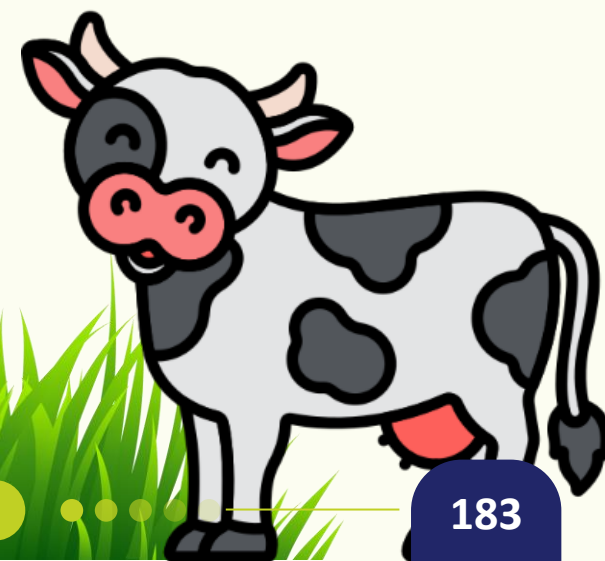
Persentase pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pembelian melalui internet atau online.





Hasil Survei Pola Distribusi Barang Tahun 2025 menunjukkan bahwa pendistribusian susu bubuk dari produsen hingga ke konsumen akhir pada tahun 2025 dapat melibatkan tiga sampai dengan delapan pelaku usaha perdagangan. Pola utama distribusi perdagangan yang terbentuk secara nasional adalah produsen–distributor–pedagang grosir–pedagang eceran–konsumen akhir. Pola utama tersebut menunjukkan bahwa jalur distribusi dengan persentase volume penjualan komoditas susu bubuk terbesar dari produsen hingga ke konsumen akhir terdiri dari empat rantai dengan pendistribusian melibatkan tiga pedagang perantara, yakni distributor, pedagang grosir, pedagang eceran. Namun, pola distribusi perdagangan tersebut berpotensi menjadi lebih panjang karena banyaknya pelaku perdagangan yang terlibat, sehingga rantai distribusi yang terbentuk menjadi kurang efisien dan dapat berdampak pada kenaikan harga di tingkat konsumen yang diindikasikan dengan tingginya MPP total (MPP_T).

Secara nasional, hasil survei menunjukkan bahwa MPP_T pada pola utama distribusi susu bubuk adalah 35,71 persen. Angka tersebut mengindikasikan bahwa kenaikan harga susu bubuk dari produsen hingga ke konsumen akhir berdasarkan pola utamanya adalah sebesar 35,71 persen. Jika ditinjau menurut provinsi, pola utama distribusi perdagangan susu bubuk dengan MPP_T terendah terjadi di Sulawesi Tenggara melalui jalur luar provinsi → distributor → supermarket/swalayan → konsumen akhir dengan MPP_T sebesar 10,20 persen. Sebaliknya, pola utama distribusi perdagangan susu bubuk dengan MPP_T tertinggi terjadi di Bengkulu melalui jalur luar provinsi → distributor → pedagang grosir → pedagang eceran → konsumen akhir dengan MPP_T sebesar 58,81 persen.



DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Pengeluaran untuk Kosumsi Penduduk Indonesia, Susenas Maret 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Pengeluaran untuk Kosumsi Penduduk Indonesia, Susenas Maret 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Direktori Industri Besar dan Sedang*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Pengeluaran untuk Kosumsi Penduduk Indonesia, Susenas Maret 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Bai, Z., Liu, C., Wang, H., & Li, C. (2023). *Evolution Characteristics and Influencing Factors of Global Dairy Trade*. *Sustainability*, 15(2), 931. <https://doi.org/10.3390/su15020931>
- Romo, M., Chutani, D., Fartdinov, D., Panthi, R. R., Vahedikia, N., Castellari, M., Felipe, X., & Murphy, E. G. (2024). *Pulse Spray Drying for Bovine Skimmed Milk Powder Production*. *Foods*, 13(6), 869. <https://doi.org/10.3390/foods13060869>
- Schuck, P. (2002). *Spray drying of dairy products: state of the art*. Article. *Le Lait*, 82(4), 375–382. <https://doi.org/10.1051/lait:2002017>

DATA

MENCERDASKAN BANGSA



BADAN PUSAT STATISTIK

Jl. dr. Sutomo No. 6 – 8 Jakarta 10710

Telp. : (021) 3481195, 3842508, 3810291-4, Fax. : (021) 3857046

Homepage: <http://www.bps.go.id> E-mail: bpsHQ@bps.go.id