

**ANALISIS PEMASARAN BERAS ORGANIK DAN BERAS  
NON ORGANIK DI DESA KARANG ANYAR, KECAMATAN  
BERINGIN, KABUPATEN DELI SERDANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Deprogram Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

**OLEH :  
ADE IRMA  
188220077**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

i

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

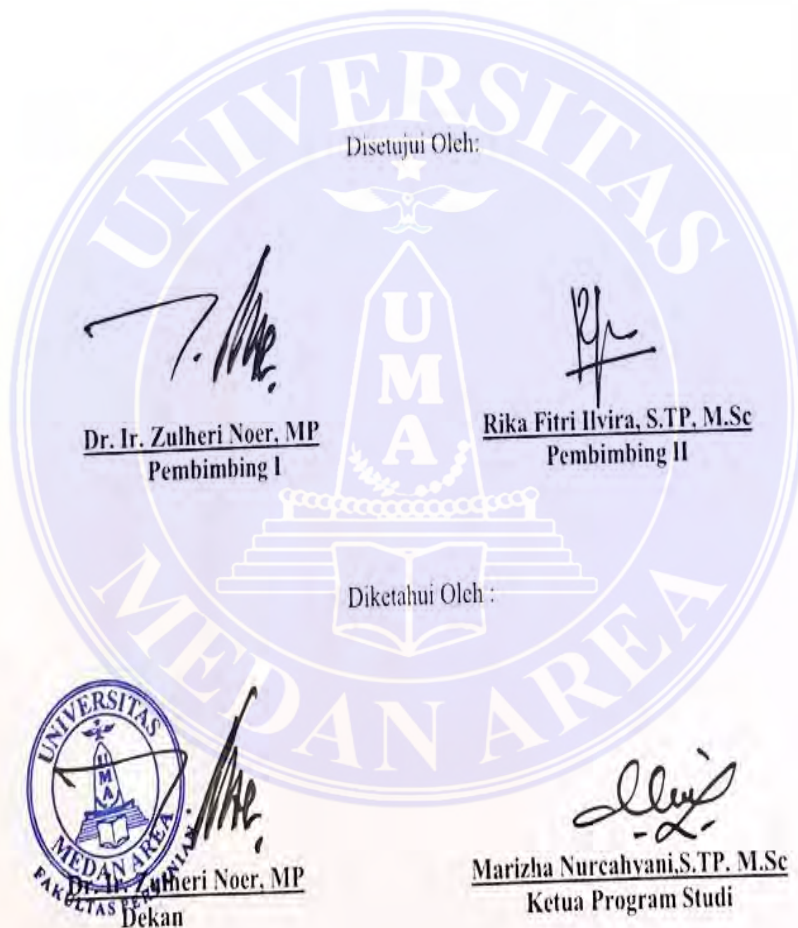
Document Accepted 13/12/23

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/23

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di  
Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli  
Serdang

Nama : Ade Irma  
NPM : 188220077  
Fakultas : Pertanian



Tanggal Lulus : 25 Agustus 2023

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini, yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 10 November 2023  
Yang Menyatakan



Ade Irma  
188220077

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

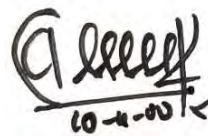
Nama : Ade Irma  
NPM : 188220077  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul : Analisis Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Dengan **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** ini, Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/informatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 10 November 2023

Yang menyatakan



Ade Irma

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran, fungsi, margin dan efisiensi pemasaran beras organik dan beras non organik. Populasi penelitian adalah petani yang melakukan budidaya padi secara organik dan non organik adapun dengan pengelompokan petani organik 13 orang dan petani non organik 43 orang, semua populasi dijadikan sampel pada penelitian ini. Jenis responden dalam penelitian yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang kilang, pedagang pengecer dan konsumen. Metode ini dikenal dengan metode pengumpulan data primer teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran: terdapat dua saluran pemasaran beras organik, saluran I dari petani ke pedagang kilang ke konsumen dan saluran II dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang kilang ke konsumen sedangkan terdapat tiga saluran pemasaran beras non organik saluran I dari petani ke pedagang kilang ke konsumen, saluran II dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang kilang ke konsumen, saluran III dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang kilang ke pedagang pengecer ke konsumen. Lembaga dan fungsi pemasaran beras organik dan beras non organik di ketahui bahwa: fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Margin pemasaran beras organik pada saluran I yaitu Rp 7.500 perkg, dan margin pada saluran II yaitu Rp8.000 perkg sedangkan margin pemasaran beras non organik pada saluran I yaitu Rp 5.500 perkg, pada saluran II yaitu Rp 5.700 perkg, dan saluran III yaitu sebesar Rp 6.700 perkg. Efisiensi saluran pemasaran beras organik di desa karang anyar, kecamatan beringin, kabupaten deli serdang pada saluran I adalah sebesar 11% dan pada saluran II sebesar 13,82 % sedangkan efisiensi pemasaran beras non organik pada saluran I adalah sebesar 9,6% , pada saluran II sebesar 10,75% dan saluran III sebesar 20,13%. Maka saluran pemasaran beras organik dan beras non organik di daerah penelitian efisien karena saluran pemasaran <50%.

Kata Kunci: *Saluran Pemasaran, Lembaga Pemasaran, Margin, Efisiensi*



## ABSTRACT

*This study aims to determine the channels, functions, margins and marketing efficiency of organic rice and non-organic rice. The research population was farmers who cultivated rice organically and non-organically. Meanwhile, with a group of 13 organic farmers and 43 non-organic farmers, all populations were sampled in this study. The types of respondents in the study were farmers, collectors, refinery traders, handling traders and consumers. This method is known as the primary data collection method, data collection techniques namely observation, interviews and questionnaires. Data analysis techniques used qualitative and quantitative. The results showed that the pattern of marketing channels: there are two organic rice marketing channels, channel I from farmers to refinery traders to consumers and channel II from farmers to collectors to refinery traders to consumers while there are three non-organic rice marketing channels channel I from farmers to refinery traders to consumers, channel II from farmers to collector traders to refinery traders to consumers, channel III from farmers to collector traders to refinery traders to sales traders to consumers. It is known that the institutions and marketing functions of organic rice and non-organic rice are: exchange function, physical function and facility function. The marketing margin for organic rice in channel I is IDR 7,500 per kg, and the margin in channel II is IDR 8,000 per kg while the marketing margin for non-organic rice in channel I is IDR 5,500 per kg, in channel II is IDR 5,700 per kg, and channel III is IDR 6.700 per kg. The marketing efficiency of the organic rice channel in Karang Anyar Village, Beringin District, Deli Serdang Regency on channel I was 11% and on channel II was 13.82% while the marketing efficiency for non-organic rice on channel I was 9.6%, on channel II by 10.75% and channel III by 20.13%. So the marketing channel for organic rice and non-organic rice in the research area is effective because the marketing channel is <50%.*

*Keywords: Marketing Channels, Marketing Institutions, Margins, Efficiency*

## RIWAYAT HIDUP

Ade Irma yang dilahirkan pada tanggal 10 November 2000 di Rimbo Melintang, Kecamatan Rimbo Melintang, Kabupaten Rokan Hilir. Anak kedua dari 5 bersaudara pasangan Bapak Afrizal Ahmad dan Ibu Jumaini.

Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 002 Teluk Bano I, Kecamatan Bangko Pusako, Kabupaten Rokan Hilir sampai pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama sampai pada tahun 2015 di SMP Islam Al-muhsinin, Kecamatan Rimbo Melintang, Kabupaten Rokan Hilir. Setelah itu melanjutkan Sekolah Menengah Atas sampai pada tahun 2018 di Madrasah Aliyah Al-Muhsinin Kecamatan Rimbo Melintang, Kabupaten Rokan Hilir. Pada bulan September 2018 penulis melanjutkan Pendidikan Sarjana di Universitas Medan Area pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Penulis menyelesaikan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di UPT Pengembangan Benih Hortikultura Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Medan pada tahun 2021.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Pemasaran Beras Organik dan Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang**” skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Marizha Nurcahyani, S.Sc. M.Si selaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Rika Fitri Ilvira, S.TP, M.Sc selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi.
5. Kepada Orang tua dan keluarga serta saudara saya yang selalu memberikan dukungan, doa yang tiada henti-hentinya dan selalu support dan memberikan motivasi. Terimakasih semua do'a dan dukungan sehingga berada dititik ini.
6. Pihak tempat penelitian yang sudah memberikan ilmu serta kesempatan untuk melakukan penelitian di Desa Karang Anyar.

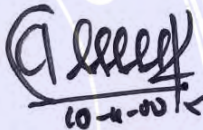


7. Seluruh Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Khususnya rekan-rekan satu angkatan stambuk 2018 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.



Medan, 10 November 2023

  
Ade Irma

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 kerangka pemikiran .....	11
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1 Pemasaran .....	14
2.2 Saluran Pemasaran.....	14
2.3 Fungsi Pemasaran .....	16
2.4 Margin Pemasaran .....	17
2.5 Efisiensi Pemasaran .....	18
2.6 Beras Organik dan Beras Non organik .....	18
2.7 Perbedaan Beras Organik dan Beras Non organik.....	19
2.8 Padi Organik .....	20
2.8.1 Sejarah Padi Organik .....	20
2.8.2 Defenisi Padi Organik.....	22
2.8.3 Syarat Tumbuh Padi Organik .....	22
2.8.4 Budidaya Tanaman Padi Organik.....	22
2.9 Padi Non organik .....	24
2.9.1 Sejarah Tanaman Padi ( <i>Oryza sativa L</i> ).....	24
2.9.2 Klasifikasi Tanaman Padi ( <i>Oryza sativa L</i> ).....	24
2.9.3 Syarat Tumbuh Tanaman Padi ( <i>Oryza sativa L</i> ) .....	24
2.9.4 Budidaya Tanaman Padi Non organik.....	25
2.10 Penelitian Terdahulu .....	26
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	29
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.4 Metode Analisis Data .....	30
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	35
<b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	38
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian.....	38
4.2 Keadaan Penduduk .....	39

4.2.1	Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencarian .....	40
4.2.2	Sarana dan Prasarana .....	41
4.3	Usahatani Padi Organik dan Padi Non Organik Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat.....	42
4.3.1	Usahatani Padi Organik .....	42
4.3.2	Usahatani Padi Non organik .....	44
<b>V.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
5.1	Hasil .....	46
5.1.1	Karakteristik Responden Beras Organik dan Beras Non Organik.....	46
5.1.2	Distribusi Jenis Kelamin Petani Beras Organik dan Beras Non organik .....	46
5.1.3	Distribusi Umur Petani Beras Organik dan Beras Non organik .....	47
5.1.4	Distribusi Pendidikan Petani Beras Organik dan Beras Non organik .....	47
5.1.5	Distribusi Tanggungan Keluarga Petani Beras Organik dan Beras Non organik .....	48
5.1.6	Distribusi Pengalaman Usaha Tani Beras Organik dan Beras Non organik .....	49
5.1.7	Distribusi Luas Lahan Petani Beras Organik Dan Beras Non organik .....	49
5.1.8	Distribusi Alasan Petani Penanaman Beras Organik .....	50
5.1.9	Distribusi Alasan Petani Tidak Beralih Budidaya Beras Organik .....	51
5.1.10	Karakteristik Responden Pedagang Pengumpul Beras Organik dan Beras Non organik .....	52
5.1.11	Karakteristik Responden Pedagang Kilang Beras Organik dan Beras Non organik .....	53
5.1.12	Karakteristik Responden Pedagang Pengecer Beras Non organik .....	54
5.1.13	Karakteristik Responden Konsumen Beras Organik dan Beras Non organik .....	54
5.2	Saluran Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang .....	56
5.3	Lembaga dan Fungsi Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang .....	57
5.4	Margin Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang .....	58
5.5	Efisiensi Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik .....	59
5.6	Pembahasan .....	59
5.6.1	Saluran Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik .....	59
5.6.1.1	Analisis Saluran Pemasaran Beras Organik .....	60
5.6.1.2	Analisis Saluran Pemasaran Beras Non organik.....	62
5.7	Lembaga dan Fungsi Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar .....	65

5.7.1	Fungsi-fungsi Pemasaran Beras Organik Pada Saluran I .....	66
5.7.2	Fungsi-fungsi Pemasaran Beras Organik Pada Saluran II .....	68
5.7.3	Fungsi-fungsi Pemasaran Beras Non organik Pada Saluran I .....	71
5.7.4	Fungsi-fungsi Pemasaran Beras Non organik Pada Saluran II .....	73
5.7.5	Fungsi-fungsi Pemasaran Beras Non organik Pada Saluran III .....	76
5.8	Biaya Pemasaran Beras Organik dan Beras Non Organik di Desa Karang Anyar .....	80
5.8.1	Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Organik dan Non Organik .....	80
5.8.2	Biaya Pemasaran Pedagang Kilang Organik dan Non Organik .....	81
5.8.3	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Organik .....	82
5.9	Margin Pemasaran Beras Organik dan Beras Non Organik di Desa Karang Anyar .....	82
5.10	Efisiensi Pemasaran Beras Organik dan Beras Non Organik di Desa Karang Anyar .....	84
5.10.1	Efisiensi Pemasaran Beras Organik dan Beras Non Organik .....	84
<b>VI.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
6.1	Kesimpulan .....	86
6.2	Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>92</b>



## DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Hal
1.	Luas Areal dan Hasil Produksi Padi Sawah Organik Menurut Kecamatan Beringin Tahun 2020-2021 .....	4
2.	Hasil Penjualan Beras Organik di Desa Karang Anyar Tahun 2017-2020 ....	5
3.	Luas Tanaman dan Produksi Padi Sawah Berdasarkan 10 Provinsi Terbesar di Indonesia Tahun 2020 .....	6
4.	Konsumsi Beras di Indonesia Tahun 2017-2020 .....	6
5.	Luas Panen, Produksi Padi Sawah Menurut Kabupaten Deli Serdang Tahun 2015-2020 .....	7
6.	Luas Panen, Produksi Padi Sawah Menurut Kecamatan Beringin Tahun 2015-2020 .....	7
7.	Responden Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang .....	29
8.	Fungsi-Fungsi Pemasaran pada Masing-masing Lembaga Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Tahun 2022 .....	31
9.	Analisis Margin Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Tahun 2022 .....	32
10.	Distribusi Penduduk Kecamatan Beringin Berdasarkan Agama .....	40
11.	Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencarian di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang 2022 .....	40
12.	Sarana dan Prasarana di Kecamatan Beringin 2022 .....	41
13.	Responden Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang Tahun 2022 .....	46
14.	Karakteristik Responden Pedagang Pengumpul Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar .....	52
15.	Karakteristik Responden Pedagang Kilang Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar .....	53
16.	Karakteristik Responden Pedagang Pengecer Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar .....	54
17.	Lembaga Dan Fungsi Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Tahun 2022 .....	57
18.	Margin Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang Tahun 2022 .....	58
19.	Efisiensi Pemasaran Beras Organik dan Beras Non Organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang Tahun 2022 .....	59
20.	Biaya Pemasaran Gabah Organik dan Non organik Pedagang Pengumpul Per Satu Kali Musim Panen Tahun 2022 .....	80
21.	Biaya Pemasaran Beras Organik dan Non organik Pedagang Kilang Per Satu Kali Musim Panen Tahun 2022 .....	81
22.	Biaya Pemasaran Beras Organik dan Non organik Pedagang Pengecer Per Satu Kali Musim Panen Tahun 2022 .....	82
23.	Margin Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang Tahun 2022 .....	82
24.	Efisiensi Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang Tahun 2022 .....	84



## DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Hal
1.	Luas Lahan Pertanian Organik di Indonesia Tahun 2007-2018 .....	3
2.	Luas Lahan Padi Sawah Organik di Indonesia Tahun 2007-2018 .....	3
3.	Kerangka Pemikiran .....	11
4.	Peta Kecamatan Beringin .....	39
5.	Struktur Organisasi Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat, 2022 .....	44
6.	Jenis Kelamin Petani Beras Organik dan Beras Non Organik, 2022 .....	46
7.	Umur Petani Beras Organik dan Beras Non Organik , 2022.....	47
8.	Tingkat Pendidikan Petani Beras Organik dan Beras Non Organik, 2022 .....	48
9.	Tanggungjawab Keluarga Petani Beras Organik dan Beras Non Organik, 2022 .....	48
10.	Pengalaman Usaha Tani Petani Beras Organik dan Beras Non Organik, 2022 .....	49
11.	Luas Lahan Petani Beras Organik dan Beras Non Organik , 2022 .....	49
12.	Alasan Penanaman Beras Organik, 2022 .....	50
13.	Alasan Petani Tidak Beralih Budidaya Organik, 2022.....	51
14.	Jenis Kelamin Konsumen Beras Organik dan Beras Non Organik, 2022.....	55
15.	Jenis Kelamin Konsumen Beras Organik dan Beras Non Organik, 2022.....	56
16.	Saluran Pemasaran Beras Organik dan Beras Non Organik, 2022.....	56
17.	Saluran Pemasaran Beras Organik dan Beras Non Organik, 2022.....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Hal
1.	Kuisisioner Penelitian .....	92
2.	Nama- Nama Petani Organik .....	100
3.	Nama-Nama Petani Non organik .....	101
4.	Identitas Responden Petani Padi Organik.....	103
5.	Budidaya Padi Organik .....	104
6.	Fungsi Pemasaran dan Penjualan Hasil Gabah Organik .....	106
7.	Identitas Responden Petani Padi Non organik .....	108
8.	Budidaya Padi Non organik.....	110
9.	Fungsi Pemasaran dan Penjualan Hasil Gabah Non organik .....	114
10.	Biaya-biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Gabah Organik dan Gabah Non organik .....	118
11.	Biaya-biaya Pemasaran Pedagang Kilang Beras Organik dan Beras Non Organik.....	121
12.	Biaya-biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Beras Non organik.....	126
13.	Identitas Responden Konsumen Beras Organik dan Beras Non organik.....	128
14.	Dokumentasi Penelitian di Desa Karang Anyar.....	129
15.	Lokasi Penelitian .....	134
16.	Surat Pengantar Riset/Penelitian .....	135
17.	Surat Selesai Riset/Penelitian.....	136



## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara terbesar di dunia yang penduduknya mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok. Kebutuhan akan pangan yakni beras di Indonesia terus meningkat seiring dengan penambahan jumlah penduduk, namun hal tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan produksi pangan sehingga terjadi kekurangan pangan. Keadaan ini memberi pemikiran baru yang kemudian lahirlah revolusi hijau. Revolusi hijau adalah penggunaan bahan-bahan kimia berupa pestisida, pupuk, dan hebrisida kimia yang tujuannya untuk meningkatkan produksi pangan. Revolusi hijau terbukti mampu memberi pengaruh besar terhadap pangan Indonesia, sehingga pada tahun 1984 Indonesia dapat mencapai swasembada beras (Arifin, 2017).

Dengan semakin meningkatnya kerugian yang berdampak pada lingkungan akibat penggunaan teknologi modern, seperti pestisida, herbisida dan pupuk kimia, praktik pertanian organik mulai dikembangkan oleh petani yang serius dan bertanggung jawab, menghindari bahan kimia dan pupuk yang berbahaya bagi lingkungan serta menghindari pencemaran lingkungan. Risiko residu pestisida pada beras yang dapat mengancam kesehatan manusia (Ali, dkk, 2019).

Kesadaran masyarakat terhadap pangan organik didasarkan pada konsep keinginan untuk mengikuti pola hidup sehat dan kembali ke alam (*back to nature*), atas dasar kesadaran masyarakat yang sudah memulai memahami akan hidup sehat tersebut maka konsep pembangunan pertanian mulai dikembangkan dengan mengacu pada pembangunan pertanian berwawasan lingkungan.

Konsumsi makanan organik tampaknya menjadi trend dalam beberapa tahun terakhir. Masyarakat mulai membeli beberapa produk organik sebagai tanda

kepedulian terhadap kesehatan pribadi dan anggota keluarga. Tidak hanya untuk sayuran dan buah-buahan, beras yang dihasilkan dari tanaman padi secara organik kini mulai banyak dicari konsumen. Manfaat beras organik tinggi nutrisi atau vitamin, beras organik tidak terlihat mengkilat seperti beras pada umumnya. Beras terbaik rasanya lebih enak dan lebih alami atau lebih lembut, tahan lebih lama dan tidak rusak, dan mengandung lebih banyak serat dan nutrisi yang lebih baik (Andoko, 2015).

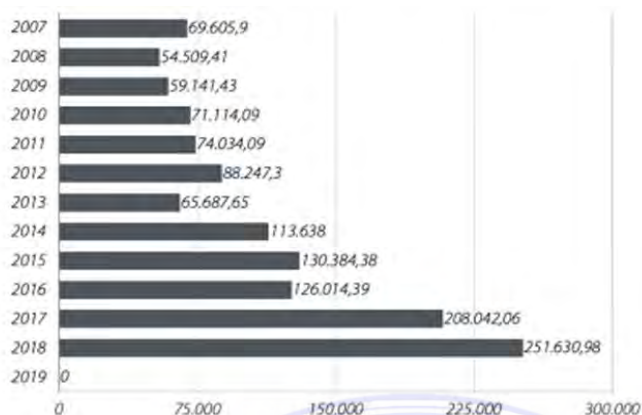
Beras merupakan komoditas strategis berperan penting dalam perekonomian dan ketahanan pangan nasional, dan menjadi basis utama dalam revitalisasi pertanian kedepan. Ketersediaan beras di Indonesia sangat dibutuhkan, sehingga dalam kegiatan pendistribusian sangat diperlukan tempat yang tepat serta waktu yang tepat sebagai manajemen saluran distribusi. Umumnya beras terdiri menjadi dua jenis beras yaitu beras organik dan beras non organik.

Beras organik adalah beras yang diproduksi dengan menggunakan metode pertanian beras ramah lingkungan. Keunggulan beras organik dibandingkan beras non organik adalah penggunaan pupuk dan pestisida organik yang aman bagi konsumen (Andoko, 2015). Beras organik merupakan komoditas yang memiliki daya jual tinggi. Pola hidup sehat dengan mengkonsumsi beras organik menjadi peluang bagi petani untuk memenuhi permintaan beras organik. Permintaan beras organik di Indonesia semakin hari semakin meningkat (Sriyanto, 2016).

Status Luas Lahan Pertanian Organik di Indonesia di tahun 2007-2018 dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



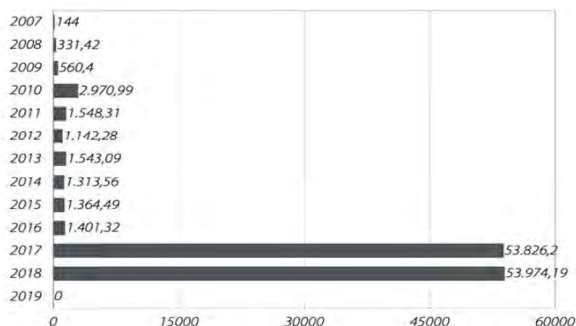
**Gambar 1. Luas Lahan Pertanian Organik di Indonesia Tahun 2007-2018**



Sumber : Kompilasi data SPOI 2007-2018 dan FiBL

Berdasarkan data gambar 1 dapat di lihat peningkatan dan penurunan jumlah luasan lahan bersertifikasi organik disebabkan banyak faktor, sebagai contoh untuk tahun 2008 sampai dengan 2010 adalah masa dimana adanya akreditasinya lembaga sertifikasi sehingga menyebabkan meningkatnya jumlah lahan yang tersertifikasi. Namun untuk tahun 2011-2014 terjadi fluktuasi luasan lahan dikarenakan beberapa operator tidak memperpanjang sertifikasinya. Peningkatan jumlah luas lahan pertanian organik dari tahun 2016 ke 2017 sekitar 39,4 % dan peningkatan luas lahan pertanian organik di tahun 2017 dan 2018 sekitar 17,3 %. Berikut luas lahan padi sawah organik di Indonesia tahun 2007-2018 dapat di lihat pada gambar 2 sebagai berikut:

**Gambar 2. Luas Lahan Padi Sawah Organik di Indonesia Tahun 2007-2018**



Sumber: Kompilasi data SPOI 2007- 2018 dan FiBL

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat peningkatan jumlah luas lahan padi organik terlihat di tahun 2017 dan 2018 sebesar di sekitar 53.000 hektar (Ha). Jumlah luas lahan terendah terjadi pada tahun 2007 sebesar 144 hektar (Ha).

Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara merupakan kecamatan yang potensial untuk produksi padi sawah dan padi organik. Petani padi organik di Kecamatan Beringin merupakan petani yang telah mendapatkan informasi dan pelatihan dari Petugas Penyuluh Pertanian (PPL) oleh Sekolah Pengendalian Hama Terpadu (SLPHT). Kecamatan Beringin adalah kecamatan Pengendalian Hama Terpadu (PHT) terbaik, dan merupakan Kecamatan yang terbaik dalam bidang pengendalian hama terpadu. Selain itu di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang di desa Karang Anyar telah melaksanakan kegiatan usaha tani organik sejak tahun 1993, untuk usaha tani organik mendapatkan sertifikasi pada tahun 2004. Luas areal dan hasil padi organik di Desa Karang Anyar Menurut Kecamatan Beringin tahun 2020-2021 dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Luas Areal dan Hasil Produksi Padi Sawah Organik Menurut Kecamatan Beringin Tahun 2020-2021**

No	Desa	Luas Areal		Hasil	
		2020	2021	2020	2021
1.	Karang Anyar	1 Ha	1 Ha	58,1 T	58,1 T
2.	Sidodadi Ramonia	1 Ha	1 Ha	56,6 T	56,6 T
3.	Beringin	1 Ha	1 Ha	55,3 T	55,3 T
4.	Sidoarjo II R	1 Ha	1 Ha	58,3 T	58,3 T

*Sumber Data : Kantor Penyuluh Pertanian Kecamatan Beringin, 2022*

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa luas areal tanaman padi organik dikecamatan beringin pada tahun 2020 – 2021 memiliki luas 1 Ha. Hasil produksi tanaman padi organik di kecamatan Beringin pada tahun 2020 – 2021 yang tertinggi terdapat di desa Sidoarjo II R dengan hasil 58,3 ton dan produksi yang terendah

terdapat di desa Beringin dengan produksi 55,3 ton dan dapat dilihat bahwa desa Karang Anyer memiliki hasil produksi 58,1 ton. Berikut hasil penjualan beras organik di Desa Karang Anyer dapat dilihat tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Penjualan Beras Organik di Desa Karang Anyer, Tahun 2017-2020**

No	Tahun	Hasil Penjualan (Ton)
1	2017	7.165
2	2018	13.630
3	2019	14.316
4	2020	160.705,27

Sumber: *Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat, 2022*

Berdasarkan di atas data yang diperoleh dari hasil penjualan beras organik di desa Karang Anyer tahun 2017-2020 dapat diketahui bahwa hasil penjualan tertinggi pada tahun 2020 dengan jumlah sebesar 160.705,27 ton dan terendah pada tahun 2017 dengan jumlah sebesar 7.165 ton.

Beras non organik adalah hasil olah dari produk pertanian yang disebut padi (*Oryza sativa L*). Beras merupakan komoditas pangan yang dijadikan makanan pokok. Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki Program Lumbung Pangan Nasional, hal ini tidak terlepas dari tersedianya potensi sumber daya lahan yang cukup variatif, mulai dari lahan sawah irigasi, tadah hujan, rawa pasang surut, lebak dan lahan kering. Besarnya jumlah produksi beras yang dihasilkan di Sumatera Utara tidak terlepas dari peran masing-masing kabupaten yang mejadi penyumbang produksi beras dari tahun ketahun (Badan Pusat Statistik, 2012).

Berikut Luas Tanaman dan Produksi Padi Sawah menurut provinsi yang terbesar di Indonesia dapat dilihat pada tabel 3 tersebut:

**Tabel 3. Luas Tanaman dan Produksi Padi Sawah Berdasarkan 10 Provinsi Terbesar di Indonesia Tahun 2020**

Provinsi	Luas lahan (Ha)	Produktivitas	Produktivitas (Ton)
Jawa tengah	1.666.931,49	56,93	989.164,62
Jawa barat	1.586.888,63	57,82	9.016.777,58
Sumatera selatan	551.320,76	49,75	2.749.059,68
Lampung	545.149,05	48,62	2.650.289,64
<b>Sumatra utara</b>	<b>388.591,22</b>	<b>52,51</b>	<b>2.040.500,19</b>
Aceh	317.869,41	55,28	1.757.313,07
Sumatra barat	295.664,47	46,97	1.387.269,29
Jambi	84.772,93	45,58	386.413,49
Bengkulu	64.137,28	45,66	292.834,04
Bangka belitung	17.840,44	32,13	57.834,32

Sumber: Badan Statistika Sumatra Utara, 2022

Berdasarkan data tabel 3 Indonesia memiliki 34 Dapat diketahui provinsi sumatera utara berada pada posisi kelima sebagai produksi padi sawah terbesar di Indonesia dengan luas lahan 388.591,22 hektar (Ha) dengan jumlah produksi 2.040.500,19 Ton. Berikut konsumsi beras di Indonesia pada tabel 4 dapat di lihat sebagai berikut :

**Tabel 4. Konsumsi Beras di Indonesia Tahun 2017-2021**

No	Tahun	Konsumsi (Juta Ton)
1	2017	29,13
2	2018	80
3	2019	28,69
4	2020	31,50
5	2021	31,36

Sumber : Deputi Bidang Statistik dan Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan tabel 4 data yang di peroleh dari Deputi Bidang Statistik dan Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat potensi produksi konsumsi beras tertinggi pada tahun 2020 dengan jumlah sebesar 31,50 juta ton dan konsumsi beras terendah pada tahun 2019 dengan jumlah sebesar 28,69 juta ton.



Berikut Luas Panen, Produksi Padi Sawah Menurut Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut :

**Tabel 5. Luas Panen, Produksi padi sawah Menurut Kabupaten Deli Serdang, Tahun 2015-2020**

No	Tahun	Luas Panen (Ha)	(%)	Jumlah Produksi (Ton)	(%)
1	2015	75,606	19%	424,629	18%
2	2016	82,343	20,2%	490,723	21%
3	2017	89,555	22%	514,646	22%
4	2018	52,978	13%	310,784	13,1%
5	2019	56,051	14%	315,156	13,3%
6	2020	49,658	12,2%	308,529	13%

Sumber : Badan Statistik Kabupaten Deli Serdang, 2022

Berdasarkan tabel 5 data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Deli Serdang tahun 2015-2020 dapat diketahui bahwa luas panen padi sawah tertinggi di kabupaten deli serdang berada pada tahun 2017 dengan jumlah sebesar 89,555 ha dengan 22% dan luas panen terendah berada pada tahun 2020 dengan jumlah sebesar 49,658 ha dengan 12,2% , Lalu jumlah produksi padi sawah di kabupaten deli serdang tertinggi berada pada tahun 2017 dengan jumlah produksi padi sebesar 514,646 ton dengan persen 22% dan jumlah produksi padi sawah di kabupaten deli serdang yang terendah berada pada tahun 2020 dengan jumlah sebesar 308,529 ton dengan persen 13%. Berikut Luas Panen, Produksi Padi Sawah Menurut Kecamatan Beringin pada tabel 6 sebagai berikut:

**Tabel 6. Luas Panen, Produksi padi sawah Menurut Kecamatan Beringin, Tahun 2015-2020.**

No	Tahun	Luas Panen (Ha)	(%)	Jumlah Produksi (Ton)	(%)
1	2015	5,100	15%	31,929	16%
2	2016	5,925	17,1%	35,408	17,3%
3	2017	6,667	19,2%	39,809	19,5%
4	2018	5,636	16,2%	32,840	16,1%
5	2019	5,636	16,2%	26,788	13,1%
6	2020	5,636	16,2%	37,061	18,1%

Sumber : Badan Pusat Statistik Kecamatan Beringin, 2022



Berdasarkan tabel 6 data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kecamatan Beringin tahun 2015-2020 dapat diketahui bahwa luas panen padi sawah tertinggi di Kecamatan Beringin berada pada tahun 2017 dengan jumlah sebesar 6,667 ha dengan 19,2% dan luas panen terendah berada pada tahun 2015 dengan jumlah sebesar 5,100 ha dengan 15% , Lalu jumlah produksi padi sawah di kecamatan beringin tertinggi berada pada tahun 2017 dengan jumlah produksi padi sebesar 39,809 ton dengan persen 19,5% dan jumlah produksi padi sawah di Kecamatan Beringin yang terendah berada pada tahun 2015 dengan jumlah sebesar 31,929 ton dengan persen 16%.

Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat merupakan salah satu kelompok tani yang ada di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang, dalam beberapa tahun terakhir perkembangan luas panen dan produksi beras organik di Desa Karang Anyar mengalami peningkatan.

Pada bulan Oktober-November 2023 telah dilakukan penelitian yang diketahui Jumlah petani di Desa Karang Anyar 56 orang, terdiri dari 13 orang petani organik dan 43 orang petani non organik. Pedagang pengumpul padi organik terdiri dari 1 orang dan pedagang pengumpul non organik terdiri dari 1 orang, pedagang kilang organik terdiri dari 1 orang dan pedagang kilang non organik terdiri 1 orang. Dan pedagang pengecer non organik terdiri 1 orang yang berada di Desa Karang Anyar. Pada saat penelitian diketahui bahwa informasi harga beras organik yang cenderung lebih tinggi, harga padi organik ditingkat petani Rp 6.000 per Kg dan ditingkat konsumen mencapai Rp 14.000 per Kg. Sedangkan harga padi non organik ditingkat petani Rp 5.300 per Kg dan ditingkat konsumen mencapai Rp11.000 atau 12.000 per Kg. Dari hasil penelitian dapat diketahui penyebab

tingginya harga dikarenakan banyaknya aktivitas pemasaran yang dilakukan dalam rantai pemasaran dari petani sampai ke konsumen seperti melakukan penggilingan, pengemasan, sortasi, transportasi, dan lain-lain.

Perum Bulog merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 9 Tahun 1969, dimana seluruh modalnya dimiliki Negara berupa kekayaan Negara yang dipisahkan dan tidak terbagi atas saham. Peran Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik (Perum Bulog) guna menjaga stabilitas pasokan bahan pangan. Hal tersebut sejalan dengan fungsi Bulog sebagai operator pangan di bawah Badan Pangan Nasional (BPN). Perum Bulog sebagai badan BUMN mempunyai peran penting dalam mengendalikan harga komoditas pangan, harga eceran, ketersediaan stok pangan. Untuk harga gabah kering panen (GKP) di tingkat petani ditetapkan sebesar Rp 5.000 dan GKP di tingkat penggilingan Rp5.100. Sementara itu, untuk gabah kering giling (GKG) di penggilingan ditetapkan di harga Rp 6.200 dan GKG di gudang Perum Bulog Rp 6.300.

Perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani tersebut menyebabkan tingginya margin pemasaran. Kesadaran masyarakat terhadap pangan organik didasarkan pada konsep keinginan untuk mengikuti pola hidup sehat dan kembali ke alam (*back to nature*), dan banyaknya Manfaat beras organik tinggi nutrisi atau vitamin, beras organik tidak terlihat mengkilat seperti beras pada umumnya. Beras terbaik rasanya lebih enak dan lebih alami atau lebih lembut, tahan lebih lama dan tidak rusak, dan mengandung lebih banyak serat dan nutrisi yang lebih baik. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengangkat judul “**Analisis Pemasaran Beras Organik dan Non organik di**

**Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang”** untuk diteliti lebih lanjut.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran beras organik dan beras non organik di desa Karang Anyar?
2. Bagaimana fungsi lembaga pemasaran beras organik dan beras non organik di desa Karang Anyar?
3. Berapa besar margin pemasaran beras organik dan beras non organik di desa Karang Anyar?
4. Berapa efisiensi pemasaran beras organik dan beras non organik di desa Karang Anyar?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

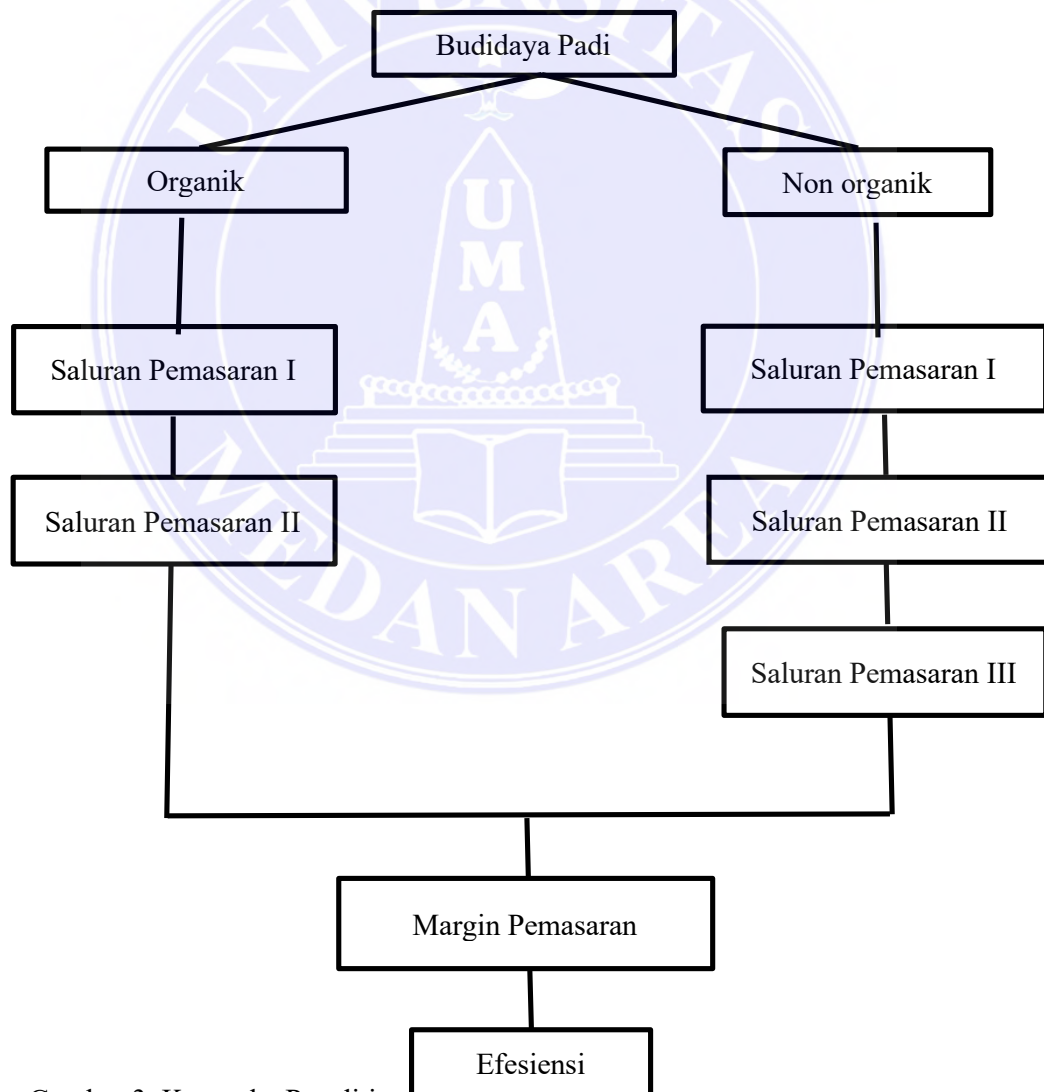
1. Untuk mengetahui saluran pemasaran beras organik dan beras non organik di desa Karang Anyar.
2. Untuk mengetahui fungsi pemasaran beras organik dan beras non organik di desa Karang Anyar.
3. Untuk menganalisis margin pemasaran beras organik dan beras non organik di desa Karang Anyar.
4. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran beras organik dan beras non organik di desa Karang Anyar.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian pada Analisis pemasaran beras organik dan beras non organik di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.
2. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau rujukan untuk penelitian selanjutnya.

## 1.5 Kerangka Penelitian



Gambar 3. Kerangka Penelitian

Budidaya padi adalah kegiatan yang bertujuan mendapatkan hasil yang setinggi-tingginya dengan kualitas sebaik mungkin. Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan maka, tanaman yang akan ditanam harus sehat dan subur. Tanaman padi sangat mudah ditemukan dan sangat penting bagi seluruh masyarakat Indonesia. Beberapa tanaman pangan dijadikan sebagai makanan pokok karena mengandung sumber energi dan protein yang dibutuhkan manusia, salah satunya komoditas beras. Padi merupakan salah satu tanaman budidaya terpenting dalam peradaban (Ina, 2017).

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur dari lembaga-lembaga pemenuh yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Penyalur ini secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen (Ariwibowo, 2013).

Fungsi dari lembaga pemasaran memiliki tugas masing-masing serta menjalankan fungsi pemasaran yang berbeda. Lembaga pemasaran sangat berperan sampai barang tersebut sampai ketangan konsumen melalui suatu lembaga pemasaran seperti pedagang besar, pedagang pengecer, dan pedagang Pengumpul (Laksana, 2018).

Margin pemasaran ialah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dan harga yang diterima oleh petani (Rp) dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur efisiensi suatu sistem pemasaran (Aroning, 2018).

Efisiensi pemasaran merupakan salah satu aspek pemasaran dalam upaya meningkatkan pergerakan barang dari produsen ke konsumen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran beras organik dianggap efisien



secara ekonomis adalah bila bagian yang diterima petani kurang dari 50% berarti belum efisien dan bila bagian yang diterima petani lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien. Semakin rendah margin pemasaran berarti bagian yang diterima akan semakin besar dan semakin tinggi margin pemasaran berarti bagian yang diterima petani akan semakin kecil (Darmawati, 2015).



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pemasaran

Umumnya pemasaran dianggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Pemasaran ialah hal-hal yang sangat penting setelah selesainya produksi pertanian. keadaan pemasaran menciptakan sesuatu siklus ataupun area pasar sesuatu komoditas. Apabila pemasarannya tidak mudah serta tidak membagikan harga yang layak untuk petani, hingga keadaan ini hendak pengaruhi motivasi petani, dampaknya penawaran hendak menurun, minimnya penawaran hendak menaikkan harga. Sehabis harga naik, motivasi petani hendak naik, menyebabkan harga hendak jatuh kembali (*ceteris paribus*) (Ginting, 2016).

Menurut Sedjati, 2018 Pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2015).

### 2.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan alat dan sarana yang dapat digunakan oleh produsen untuk menyalurkan hasil produksinya hingga ke konsumen. Dalam proses penyaluran produk dari pihak produsen hingga mencapai konsumen akhir, sering ditemui adanya lembaga-lembaga perantara, mulai dari produsen sendiri, lembaga-lembaga perantara, hingga konsumen akhir. Karena adanya perbedaan jarak dari

lokasi produsen kelokasi konsumen, maka fungsi lembaga perantara sering diharapkan kehadirannya untuk membantu penyaluran barang dari produsen kekonsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dengan konsumen, maka saluran pemasaran yang terbentuk pun akan semakin panjang (Kotler, 2018).

Adapun jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga di beri istilah saluran non tingkat (*zero stage chanel*).
- b. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Selama ini bisa disebut dengan saluran tingkat satu (*one stage chanel*).
- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).
- d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar.

- e. kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*), Philip Kotler (2012).

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan atau aktifitas usaha pemasaran komoditas pertanian. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi atau biaya angkut, biaya pungutan retribusi, biaya penyusutan dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan lokasi pemasaran, lembaga pemasaran (Pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya) dan efektifitas pemasaran yang dilakukan serta macam komoditas (Rahim dan Hastuti, 2017).

### 2.3 Fungsi Pemasaran

Adapun fungsi pemasaran yang dikemukakan menurut Sudaryono (2016:50) sebagai berikut:

a. Fungsi Pertukaran

Dengan adanya pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen. Baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (*barter*) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan suatu produk.

b. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati konsumen yang membutuhkan dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

### c. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan risiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (*klarifikasi*) produk.

## 2.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah saluran pemasaran ditinjau sebagai satu kelompok atau satu tim operasi, maka margin dapat dinyatakan sebagai suatu pembayaran yang diberikan kepada mereka atas jasa-jasanya. Jadi, margin merupakan suatu imbalan, atau harga atas suatu hasil kerja. Apabila ditinjau sebagai pembayaran atas jasa-jasa, margin menjadi suatu elemen yang penting dalam strategi pemasaran. Konsep margin sebagai suatu pembayaran pada penyalur mempunyai dasar logis dalam konsep tentang nilai tambah. Margin didefinisikan sebagai perbedaan antara harga beli dengan harga jual (Swastha, 2011).

Biaya pemasaran biasanya oleh perantara akan dibebankan kepada konsumen maupun kepada produsen. Besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima pedagang pengecer merupakan margin pemasaran. Margin pemasaran juga dapat diartikan sebagai selisih harga antara harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang dibayar oleh petani. Margin ini akan diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, karena lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Semakin besar margin pemasaran akan menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani dibandingkan dengan harga



yang dibayar konsumen semakin kecil, yang berarti saluran pemasaran tidak efisien (Gitosudarmo, 2015).

## 2.5 Efisiensi Pemasaran

Konsep efisiensi pemasaran pada dasarnya merupakan suatu ukuran relatif. Efisiensi pemasaran merupakan bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan kepuasan bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Efisiensi pemasaran merupakan sistem pemasaran yang efisien apabila memenuhi syarat mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut (Mubyarto, 2017:166).

Efisiensi ekonomi dapat diukur dengan nilai persentase margin pemasaran dan bagian yang diterima oleh produsen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran dianggap efisien secara ekonomis yaitu apabila tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai margin pemasaran yang rendah dan nilai persentase bagian yang diterima produsen tinggi (Darmawanti, 2015).

## 2.6 Beras Organik dan Non organik

Beras Organik adalah beras yang dihasilkan melalui proses budidaya organik tanpa menggunakan pupuk dan pestisida (racun hama) kimia. Proses budidaya organik dengan budidaya di tanah yang ramah lingkungan, tidak menggunakan pupuk dan pestisida (racun hama) kimia. Beras non organik merupakan beras yang di budidayakan menggunakan pupuk kimia dan pestisida kimia (Sutarno, 2017).

## 2.7 Perbedaan Beras organik dan Non organik

### a. Budidaya beras organik dan beras non organik

Perbedaan di budidaya beras organik dan beras non organik yang pertama dari cara pemberantasan hamanya. Untuk pemberantasan hamanya sendiri, beras organik menggunakan pestisida alami yang dihasilkan dari daun-daunan dan buah-buahan yang difermentasikan secara alami. Selain itu, cara pemberantasan hamanya pun dilakukan secara alami tanpa pestisida, yang tujuannya untuk memberantas hama hewan saat masa tanam, serta tanpa herbisida yang bertujuan untuk menghilangkan tanaman hama termasuk rumput liar dan di pupuk menggunakan pupuk organik, seperti kompos. Menggunakan pupuk organik yang menyuplai nutrisi pada tanah secara ramah lingkungan, maka dapat membantu meningkatkan kesehatan tanah dan menurunkan kelimpahan nutrisi pada beras atau padi yang ditanam.

Beras non organik, pemberantasan hamanya masih menggunakan pestisida untuk memberantas binatang hama seperti gulma dan serangga, serta menggunakan herbisida untuk menghilangkan tanaman hama seperti rumput liar. Pestisida umumnya menggunakan bahan kimia seperti *klensect*, *chlormite*, dan *dangke*. Beras non organik menggunakan jenis pupuk berbahan kimia.

### b. Varietas benih beras organik dan beras non organik

Varietas benih padi organik yang digunakan petani padi di desa karang anyar yaitu pandan wangi dan ciherang. Beras pandan wangi memiliki wangi pandan yang khas, selain itu beras pandan wangi memiliki warna

yang sedikit bening jika dimasak aroma pandannya menguar dan teksturnya pulen. Sedangkan Ciherang merupakan beras organik yang berbeda dengan varietas lain. Karakter khususnya yaitu butir beras ciherang berbentuk panjang. Untuk baunya, beras organik ciherang tidak berbau wangi, berbeda dengan beras organik pandan wangi.

Sedangkan Varietas padi non organik yang digunakan oleh petani di karang anyar yaitu semua varietas seperti ciherang, Ir 64, Mekongga, dan Inpari.

c. Manfaat beras

Beras organik juga memiliki kandungan nutrisi dan mineral tinggi, serta kandungan glukosa, karbohidrat, dan protein yang mudah terurai, sehingga aman dan sangat baik dikonsumsi penderita diabetes. Beras organik juga baik untuk program diet, mencegah kanker, serangan jantung, asam urat, darah tinggi, dan beras ini diproses tanpa bahan pengawet sehingga aman untuk dikonsumsi.

## 2.8 Padi Organik

### 2.8.1. Sejarah Padi Organik

Pertanian organik mulai muncul di Indonesia pada tahun 1984. Yayasan Bina Sarana Bakti mulai mengembangkan pertanian organik di Cisarua, Bogor, pada lahan seluas 4 hektar. Berawal dari Cisarua, banyak orang belajar mengenai pertanian organik dan kemudian mengembangkannya di daerah masing-masing. Pertanian organik telah banyak diterapkan, seperti di lembang (Bandung), Kaliwiro (Wonosobo), dan Salatiga.

Pertanian organik merupakan kegiatan pertanian yang ramah lingkungan pertanian. Pertanian organik dengan dikembangkan pada tahun 1997 selama krisis

ekonomi, yang menaikkan harga sarana produksi pertanian yaitu pupuk dan pestisida, sehingga meningkatkan biaya produksi. Keadaan ini juga mendorong petani untuk kembali bertani organik dengan memanfaatkan bahan alam sekitarnya (Andoko, 2012).

Sumatra Utara memiliki pengembangan padi yang sangat potensial untuk pola organik. Berdasarkan informasi yang di dapat medan bisnis pada tahun 2018, alokasi padi organik di Sumatra Utara meliputi wilayah seluas 180 hektare.

Awal mula pertanian padi sawah organik di Desa Karang Anyar dilakukan oleh salah satu keluarga di desa tersebut pada tahun 1993. Mereka beralih dari padi sawah Non organik ke padi sawah organik dikarenakan keracunan kimia pada padi sawah Non organik. Semenjak saat itu mereka beralih dan mengembangkan padi sawah organik hingga sekarang. Pada tahun 2004 terbentuk kelompok tani di desa tersebut dengan nama Kelompok Tani Pasar Mekar Kawat yang dimana keluarga yang menanam padi sawah organik termasuk kedalamnya dan secara bertahap memperkenalkan dan mengajak petani untuk mencoba dan beralih dari sawah non-organik ke padi sawah organik melalui kelompok tani tersebut dan secara bertahap para petani lain yang ada di kelompok tani tersebut secara bertahap memiliki minat atau kemauan untuk beralih pada pertanian padi sawah organik.

Hingga saat ini Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat merupakan salah satu kelompok tani yang berada di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang, yang mengembangkan padi sawah organik dalam beberapa tahun terakhir. Hingga pada tahun 2013 pada sawah organik di Kelompok Tani Pasar Mekar kawat mendapatkan sertifikat untuk padi sawah organik.

### 2.8.2 Defenisi Padi Organik

Padi organik adalah tanaman padi yang dibudidayakan dengan sistem yang telah ditentukan dengan standar operasional dan kaidah berbudidaya organik, yang telah ditetapkan oleh Standar Nasional Indonesia.

### 2.8.3. Syarat Tumbuh Padi Organik

Pada dasarnya syarat tumbuh padi organik sama dengan padi pada biasanya. Tanaman padi secara umum membutuhkan suhu minimum 11°-25°C untuk perkecambahan, 22-23°C untuk pembungaan, 20°-25°C untuk pembentukan biji, dan suhu yang lebih panas dibutuhkan untuk semua pertumbuhan karena merupakan suhu yang sesuai bagi tanaman padi khususnya di daerah tropika. Suhu udara dan intensitas cahaya di lingkungan sekitar tanaman berkorelasi positif dalam proses fotosintesis, yang merupakan proses pemasakan oleh tanaman untuk pertumbuhan tanaman dan produksi buah atau biji (Andoko, 2015).

### 2.8.4. Budidaya Tanaman Padi Organik

#### a. Penyemaian

Pada saat menyemai benih dapat juga dilakukan dengan melakukan seleksi benih yang dimaksud ketika "benih tenggelam dalam air atau mengapung". Untuk benih pada dapat juga digunakan luasan kurang lebih 200 meter persegi dengan perbandingan setengah kilogram. Pengujian juga dapat dilakukan untuk memastikan benih dengan memasukan kedalam air dengan yang telah diberikan larutan garam. Benih tersebut direndam dalam air selama 24 jam ditiriskan dan diperam 2- 3 hari ditempat lembab hingga calon tunas dan sebaiknya segera disemaikan pada media tanah kemudian menggunakan pupuk kompos 10 kg. Selanjutnya setelah umur 7- 12 benih siap ditanam.



b. Pengolahan lahan

Seperti pada umumnya untuk pengolahan lahan penanaman padi di sawah dilakukan dengan cara dibajak dan dicangkul, sedangkan pembajakan dapat dilakukan 2 kali pembajakan. Untuk Pembajakan kasar dan memperhalus mencapai 2- 3 hari dan selanjutnya aliri dan direndam dengan air lahan sawah selama 1 hari dan pastikan keesokan harinya benih telah disemai dan telah siap untuk ditanam dengan catatan berumur 7- 12 hari.

c. Penanaman

Pada tahap penanaman, sebelum bibit padi ditanamkan perlu dilakukan pembuatan jarak tanam atau (pencaplakan) 25 x 25 cm atau 30 x 30 cm dan perlu diketahui untuk penanaman usahakan jangan terlalu dalam karena akan mempengaruhi gerak akar agar lebih leluasa.

d. Perawatan

Pada tahap Penanaman, sangat diperlukan menjaga aliran air supaya sawah tidak tergenang terus menerus dan hanya pada pengaliran saja, sehingga perlu dijaga untuk pengairan dengan membuka dan menutup air secara teratur. Untuk pengairan pada penanaman dangkal tanah tanpa genangan air, sampai anakan 10 - 14 hari, setelah itu isi air sampai menggenang dan tanah tidak terkena sinar matahari selanjutnya dialiri. Setelah sekitar satu minggu perlu dilakukan pemupukan jika tidak ada pertumbuhan signifikan, selanjutnya ketika mulai berbunga umur 2 bulan digenangi air dan menjelang panen lahan dikeringkan. Untuk pemupukan dapat dilakukan 20 hari setelah tebar dengan menggunakan pupuk kompos 175 - 200 kg dengan tanah dikeringkan dan 27 hari setelah tebar aliri sawah dengan kering dan basah.

## 2.9 Padi Non organik

### 2.9.1. Sejarah Tanaman Padi (*Oryza sativa L*)

Padi merupakan tanaman semusim yang tergolong rumput-rumputan (*Gramineae*), termasuk *genus Oriza L* yang meliputi kurang lebih 25 spesies tersebar didaerah tropik dan daerah sub tropik seperti Asia, Afrika, Amerika dan Australia. Di Indonesia pada mulanya tanaman padi diusahakan didaerah tanah kering dengan system ladang, sehingga pada saat itu banyak orang yang berusaha memantapkan hasil usahanya dengan cara mengairi untuk daerah yang curah hujannya kurang. Tanaman padi yang dapat tumbuh dengan baik didaerah tropis ialah Indica, sedangkan Japonica banyak diusakan didaerah sub tropik (Utomo dan Naza 2013).

### 2.9.2. Klasifikasi Tanaman Padi (*Oryza sativa L*)

Adapun taksonomi tanaman padi dikasifikasikan kedalam:

Divisi : *Spermatophytae*  
Subdivisi : *Angiospermae*  
Kelas : *Monocotyledoneae*  
Ordo : *Poales*  
Famili : *Gramineae/Poaceae*  
Genus : *Oriza*  
Spesies : *Oryza sativa L*

### 2.9.3. Syarat Tumbuh Tanaman Padi (*Oryza sativa L*)

Tanaman padi dapat hidup baik didaerah yang memiliki curah hujan yang baik rata-rata 200 mm per bulan atau lebih, dengan distribusi selama 4 bulan, curah hujan yang dikehendaki per tahun sekitar 1500-2000 mm. Suhu yang baik untuk pertumbuhan tanaman padi 23 °C. Tinggi tempat yang cocok untuk tanaman padi berkisar antara 0-1500 m dpl. Tanah yang baik untuk pertumbuhan tanaman padi adalah tanah sawah yang kandungan fraksi pasir, debu dan lempung dalam

perbandingan tertentu dengan diperlukan air dalam jumlah yang cukup. Padi dapat tumbuh dengan baik pada tanah yang ketebalan lapisan atasnya antara 18-22 cm dengan pH antara 4-7 (Salman, 2014).

#### 2.9.4. Budidaya Tanaman Padi (*Oryza sativa L*)

Kegiatan pembudidayaan tanaman padi dimulai dari persemaian, persiapan dan pengolahan lahan sawah, penanaman, pemeliharaan, panen dan pasca panen.

##### a. Persemaian

Membuat persemaian merupakan langkah awal bertanam padi. Pembuatan persemaian memerlukan suatu persiapan yang sebaik-baiknya, sebab benih di persemaian ini akan menentukan pertumbuhan padi di sawah, oleh karena itu persemaian harus benar-benar mendapat perhatian, agar harapan untuk mendapatkan bibit padi yang sehat dan subur dapat tercapai.

##### b. Persiapan dan Pengolahan Lahan Sawah

Pengolahan tanah bertujuan mengubah keadaan tanah pertanian dengan alat tertentu hingga memperoleh susunan tanah (struktur tanah) yang dikehendaki oleh tanaman. Pengolahan tanah sawah terdiri dari beberapa tahap, diantaranya pembersihan, pencangkulan, pembajakan, penggaruan dan perataan.

##### c. Penanaman

Bibit di persemaian yang telah berumur 17-25 hari (tergantung jenis padinya, genjah/dalam) dapat segera dipindahkan ke lahan yang telah disiapkan. Dalam menanam bibit padi, hal-hal yang harus diperhatikan adalah sistem larikan (cara tanam), jarak tanam, jumlah tanaman tiap lubang, kedalaman menanam bibit dan cara menanam.

c. Pemeliharaan

Dalam pemeliharaan tanaman padi ada beberapa hal yang harus dilakukan diantaranya meliputi, penyulaman dan penyiangan, pengairan, pemupukan, serta pengendalian hama dan penyakit.

d. Panen dan Pasca Panen

Panen dilakukan jika bulir padi 80 % menguning dan malainya menunduk.

Alat yang digunakan untuk memanen adalah ketam atau sabit. Setelah padi dipanen maka segera dirontokkan dari malainya dengan perontok mesin atau tenaga manusia dan hasil perontokan padi disebut dengan gabah. Selanjutnya dilakukan pengeringan gabah dengan sinar matahari hingga 2-3 hari. Setelah gabah kering lalu digiling untuk memisahkan gabah dari kulit bijinya. Gabah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai bulir padi yang telah dipisahkan dari tangkainya (jerami) Dalam perdagangan komoditi, gabah adalah tahap yang penting dalam pengolahan padi sebelum dikonsumsi karena perdagangan padi dalam partai besar dilakukan dalam bentuk gabah. Dalam definisi teknis perdagangan untuk gabah, yaitu hasil tanaman padi yang telah dipisahkan dari tangkainya dengan cara perontokan.

## 2.10 Penelitian Terdahulu

Sutarno (2017) melakukan studi analisis pemasaran beras organik dan non organik di desa Dlingo, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali. Hasil Peneliti Menunjukkan : margin keuntungan dalam rantai pemasaran beras organik adalah 38,7% di tingkat kelompok produsen; di tingkat grosir 38.7 n di tingkat pasar modern 22,52%. Sementara itu, margin keuntungan per pemain di beras non-organik adalah 72,86% untuk Pengumpul desa; pada tingkat grosir 15,71n dan

tingkat eceran 11,3%. Petani menikmati keuntungan 16%; kelompok tani 39%; .1 grosir di pasar modern 0,2%. sedangkan tingkat efisiensi pada saluran pemasaran beras non organik sebesar 36,36% yang berarti pemasaran dua saluran tersebut tidak efektif.

Yuniarti (2017) dalam penelitiannya “Saluran Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Boyolali”. Hasil penelitian ini menunjukkan ; bahwa rata-rata petani hanya mengungguli satu lembaga pemasaran (penggilingan padi). Hasil tanam padi organik di Kabupaten Boyolali belum sepenuhnya terserap seperti produk organik. Konsumsi produk organik di Kabupaten Boyolali sebagai organik hanya menyumbang 37% dari total produsen yang disurvei. Menjual beras organik diperlakukan sama dengan 63% beras biasa. Margin pemasaran tertinggi pada Saluran Pemasaran I sebesar Rp 8.500 dan terendah pada Saluran Pemasaran IV sebesar Rp 5.375,00.

Muhammad (2018) melakukan penelitian tentang analisis saluran dan efektivitas pemasaran beras organik di Kecamatan Rambutan, Kabupaten Banyuasin. Hasil penelitian ini menunjukkan ; peneliti ingin menganalisis saluran pemasaran beras dan efektivitas pemasaran beras semi organik di Desa Pangkalan Gelebak. Penelitian dirancang dengan metode survei dimana sebagian petani menerapkan sistem pertanian padi semi organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. Metode pengambilan sampel responden dilakukan menurut rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 15% pada populasi 95 petani dan ditetapkan pada 30 responden. Sedangkan untuk sampel pedagang dan konsumen digunakan metode bola salju. Untuk memperoleh data primer dan sekunder, dilakukan



wawancara berdasarkan kuesioner yang telah disiapkan serta pengamatan langsung terhadap aktivitas petani semi organik di lokasi penelitian.

Reinita (2018) dalam studi analisis pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso. Hasil penelitian ini menunjukkan ; Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso Perilaku pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*reasonable method*) di Desa Lombok Kulon. Pengambilan sampel menggunakan teknik snowball sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang telah dianalisis dengan analisis deskriptif dan kuantitatif, yaitu: (1) analisis pangsa pasar, perhitungan CR (Concentration for Largest Group), analisis HHI, Minimum Efficiency Scale (MES) untuk mengetahui struktur pasar beras organik; (2) analisis deskriptif sistem harga, kolaborasi dan analisis yang terintegrasi secara vertikal menggunakan model Ravallion untuk mengetahui perilaku pasar beras organik.

Brendy Niku Gapatutungan (2019) melakukan studi analisis saluran pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko, Kecamatan Belitang, Kabupaten Ogan Komering ulu Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 6 saluran pemasaran beras organik di desa Sumber Suko, yaitu: Saluran 1 (Petani-Petani Kelompok Konsumen), Saluran 2 (Petani-Kelompok Konsumen), Saluran 3 (Petani-tengkulak-penggilingan padi-distributor-pengecer-konsumen), saluran (petani-tengkulak-penggilingan padi-pengecer-konsumen), saluran 5 (petani – tengkulak-penggilingan padi-pengecer-konsumen) dan saluran 6 (petani-price mill-distributor- kembali-konsumen).

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatra Utara. Alasan memilih lokasi penelitian ini adalah karena lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut terdapat yang menanam padi organik dan non organik dan di Desa Karang Anyar dan yang paling banyak menanam padi organik dibandingkan desa lainnya di Kecamatan Beringin, dan sudah mendapatkan sertifikasi organik. Adapun waktu penelitian ini dilakukan mulai dibulan Oktober-November 2022.

#### 3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel ini menggunakan metode sampel sensus. Alasan menggunakan metode sampel sensus karena mengambil keseluruhan populasi untuk dijadikan sampel. Populasi petani di Desa Karang Anyar berjumlah 81 orang, jumlah petani organik 13 orang sedangkan petani non organik 43 orang. Berikut tabel responden Beras Organik dan Beras Non organik dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 7. Responden Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang, Tahun 2022**

No	Komoditas	Responden	Jumlah
1	Beras organik	- Petani	13
		- Pedagang Pengumpul	1
		- Pedagang kilang	1
		- Konsumen	10
2	Beras non organik	- Petani	43
		- Pedagang Pengumpul	1
		- Pedagang kilang	1
		- Pedagang pengecer	1
		- Konsumen	10
Total			81

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan menggunakan data primer. Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya (tanpa perantara). Data primer dapat berupa pendapat individu (orang) secara individu atau kelompok, hasil pengamatan terhadap suatu objek (fisik), peristiwa atau kegiatan, dan hasil tes. Data utama yang dibutuhkan adalah data petani, pedagang, data produksi beras, pemasaran, harga jual dan beli di pasar. Untuk mendapatkan data tersebut, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Observasi, termasuk observasi langsung ke lokasi penelitian.
- Wawancara, termasuk melakukan wawancara tatap muka dengan produsen beras dan instansi pemasaran terkait pemasaran beras di desa Karang Anyar.
- Kuesioner, adalah alat yang digunakan dalam pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden atau informasi pada saat wawancara.

### 3.4 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dan kuantitatif. Dimana data kualitatif deskriptif dari penelitian ini adalah analisis yang digunakan dalam masalah saluran pemasaran dan fungsi pemasaran beras organik dan non organik di desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang. Sedangkan analisis kuantitatif adalah analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran beras organik dan non organik di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.

1. Untuk Analisis Saluran Pemasaran menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Metode yang digunakan untuk memecahkan masalah terkait saluran pemasaran

yang ada untuk petani beras organik dan non organik di desa Karang Anyar. Data diperoleh dari wawancara dan observasi saluran pemasaran beras organik dan non organik di desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin.

2. Untuk Analisis fungsi-fungsi pemasaran di analisis menggunakan metode kualitatif sebagai berikut:

**Tabel 8. Fungsi-Fungsi Pemasaran pada Masing-Masing Lembaga Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar, Tahun 2022**

Saluran Pemasaran dan Lembaga Pemasaran	Fungsi Pemasaran								
	Pertukaran		Fisik			Fasilitas			
	BI	JI	Ak	Sp	Pg	Pr	Pb	Ip	
<b>Lembaga Pemasaran Beras Organik</b>									
Saluran Pemasaran I									
Saluran Pemasaran II									
<b>Lembaga Pemasaran Beras Non organik</b>									
Saluran Pemasaran I									
Saluran Pemasaran II									
Saluran Pemasaran III									

Sumber : Analisis Data Primer Diolah, 2022

Keterangan:

BI ≡ Pembelian, JI = Penjualan, Ak= Pengangkutan, Sp = Penyimpanan, Pg = Pengemasan, Pr = Penanggung Resiko, Pb= Pembiayaan, Ip= Informasi Harga.

UNIVERSITAS MEDAN AREA  $\sqrt{\quad}$  = fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran

3. Untuk Analisis Margin Pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh petani, di analisis menggunakan metode sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

$M_p$  : Marjin pemasaran (Rp/Kg)

$P_r$  : Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

$P_f$  : Harga di tingkat produsen (Rp/Kg)

**Tabel 9. Analisis Margin Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar, Tahun 2022**

Uraian Margin Pemasaran Beras Organik	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
<b>Margin Pemasaran I</b>			
Petani			
Harga Jual			
Pedagang Kilang			
Harga Beli			
Margin Pemasaran			
Harga Jual			
<b>Margin Pemasaran II</b>			
Petani			
Harga Jual			
Pedagang Pengumpul			
Harga Beli			
Margin Pemasaran			
Harga Jual			
Pedagang Kilang			
Harga Beli			
Margin Pemasaran			
Harga Jual			
<b>Margin Pemasaran Beras Non organik</b>			
<b>Margin Pemasaran I</b>			
Petani			
Harga Jual			
Pedagang Kilang			
Harga Beli			
Margin Pemasaran			
Harga Jual			
<b>Margin Pemasaran II</b>			



Petani

Harga Jual

Pedagang Pengumpul

Harga Beli Margin

Pemasaran Harga

Jual

Pedagang Kilang

Harga Beli Margin

Pemasaran Harga

Jual

### **Margin Pemasaran III**

Petani

Harga Jual

Pedagang Pengumpul

Harga Beli Margin

Pemasaran Harga

Jual

Pedagang Kilang

Harga Beli Margin

Pemasaran Harga

Jual

Pedagang Pengecer

Harga Beli Margin

Pemasaran Harga

Jual

---

*Sumber : Analisis Data Primer Diolah, 2022*

Margin pemasaran merupakan besar biaya pemasaran dan keuntungan yang di terima pedagang. Margin pemasaran dibagi menjadi dua bagian yaitu biaya pemasaran dan keuntungan.

- Untuk Analisis Biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang dilakukan untuk keperluan pelaksana kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan sejumlah pengeluaran yang di keluarkan oleh lembaga pemasaran.

Di analisis menggunakan metode sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

$B_p$  : Biaya pemasaran (Rp/Kg)

$B_{p1}, B_{p2}, \dots, B_{pn}$  : Biaya Pemasaran setiap lembaga pemasaran (Rp/Kg)

- Untuk menghitung penyusutan gabah (*marketing loss*) dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Marketing loss} = \frac{\text{kapasitas gabah} \times \text{Persenan susut bobot}}{100\%}$$

Seperti yang telah diuji salah satu petani dengan cara pengeringan tradisional terjadi penyusutan gabah dari Gabah Kering Panen (GKP) ke Gabah Kering Giling (GKG) adalah 9%.

- Untuk Analisis Keuntungan maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran itu juga berbeda (Sudiyono, 2012). Di analisis menggunakan metode sebagai berikut:

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan :

$K_p$  :Keuntungan pemasaran (Rp/Kg)

$K_{p1}+K_{p2} + \dots +K_{pn}$  : Keuntungan setiap lembaga pemasaran (Rp/Kg).

4. Untuk analisis efesiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$E_p = \frac{B_p}{N_p} \times 100\%$$

Keterangan :

$E_p$  : Efesiensi Pemasaran

$B_p$  : Biaya pemasaran

$N_p$  : Nilai produk yang dipasarkan

Kaidah keputusan pada efesiensi pemasaran ini menurut Roesmawaty (2011)

adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai  $<50\%$  = Efisien
2. Jika nilai  $>50\%$  = Tidak efisien

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah salah satu definisi yang di berikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau pun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nazir, 2015).

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Pemasaran merupakan kegiatan usaha atau bisnis yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pendistribusian produk.
2. Saluran pemasaran merupakan saluran yang digunakan oleh lembaga pemasaran untuk menyalurkan gabah dan beras dari petani sampai kepada konsumen akhir.
3. Fungsi pemasaran merupakan berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan mengenai produk agar sampai ke tangan konsumen secara tepat.
4. Lembaga pemasaran merupakan orang atau badan yang terlibat dalam proses pemasaran gabah dan beras dari petani sampai ke konsumen.
5. Marjin pemasaran merupakan tingkat perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dengan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir ( $H_j - H_b$ ).
6. Efisiensi pemasaran merupakan suatu keadaan yang digunakan dalam penilaian prestasi kerja proses pemasaran bagi semua lembaga.
7. Beras organik beras yang dihasilkan melalui proses budidaya organik tanpa menggunakan pupuk kimia.

8. Beras non organik merupakan produk dari proses pengolahan gabah yang merupakan hasil utama tanaman padi. Untuk menjadi beras, gabah perlu diolah sedemikian rupa melewati beberapa tahapan.
9. Pedagang Pengumpul merupakan pedagang yang mengumpulkan gabah organik dan gabah Non organik kemudian memasarkannya ke pedagang pengecer ataupun pedagang kilang.
10. Pedagang kilang merupakan pedagang yang mengolah gabah menjadi beras organik maupun beras non organik kemudian memasarkannya ke pedagang pengecer ataupun konsumen.
11. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang menjual beras kemudian memasarkannya ke konsumen.
12. Petani organik merupakan petani yang budidaya dengan menggunakan pupuk kompos dan tanpa bahan kimia
13. Petani non organik merupakan petani yang budidaya menggunakan pupuk kimia.
14. harga beli merupakan nilai yang diperoleh ketika membeli sebuah barang dan ini bisa diartikan sebagai modal.
15. harga jual merupakan nilai yang didapatkan ketika barang yang sudah dibeli tersebut dijual kembali.
16. Jumlah pembelian merupakan jumlah pembelian gabah yang dibeli pedagang Pengumpul atau pedagang kilang dari petani.
17. Jumlah penjualan merupakan jumlah penjualan gabah atau beras yang akan dijual pedagang Pengumpul atau pedagang kilang.
18. Nilai pembelian merupakan jumlah pembelian di kali kan harga beli.

19. Nilai penjualan merupakan jumlah pembelian di kurang jumlah susut bobot di kali dengan harga jual.
20. Penyusutan gabah (*marketing loss*) adalah terjadinya pengurangan jumlah akibat adanya proses pengeringan.
21. Persen susut bobot merupakan penyusutan gabah kering panen ke gabah kering giling diambil dari 9%.





## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai Analisis Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat dua saluran pemasaran beras organik yang digunakan di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang, yaitu :

Saluran I dari petani → Pedagang Kilang → Konsumen

Saluran II dari Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Kilang →

Konsumen. Sedangkan terdapat tiga saluran pemasaran beras non organik yang digunakan di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang, yaitu :

Saluran I dari petani → Pedagang Kilang → Konsumen

Saluran II dari Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Kilang →  
Konsumen

Saluran III dari petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Kilang →  
Pedagang Pengecer → Konsumen

2. Lembaga dan fungsi pemasaran beras organik dan beras non organik di ketahui bahwa :

Petani padi organik dan non organik melakukan fungsi penjualan dan pembiayaan, sedangkan pedagang Pengumpul melakukan fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, pengemasan, penanggung resiko, pembiayaan dan informasi harga. Dan pedagang kilang melakukan fungsi pembelian,

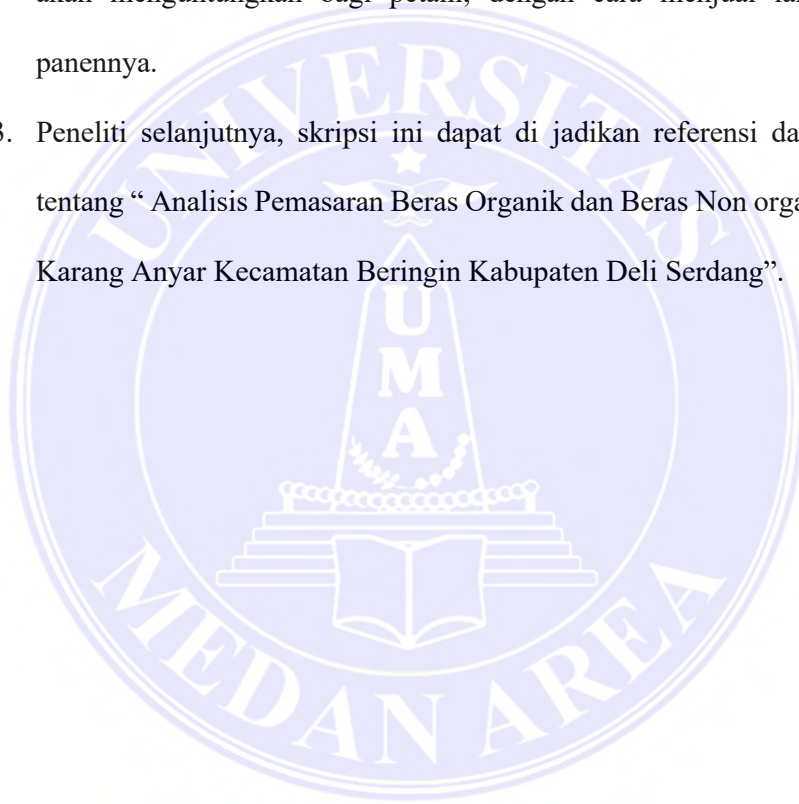
penjualan, pengangkutan, penyimpanan, pengemasan, penanggung resiko, pembiayaan dan informasi harga. Pedagang pengecer melakukan fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, penanggung resiko, pembiayaan dan informasi harga.

3. Margin pemasaran beras organik pada saluran I yaitu sebesar Rp 7.500 perkg. Sedangkan margin pada saluran II yaitu sebesar Rp 8.000 per kg. Sedangkan margin pemasaran beras non organik pada saluran I yaitu sebesar Rp 5.500 perkg. Pada saluran II yaitu sebesar Rp 5.700 per kg. Dan saluran III yaitu sebesar Rp 6.700 per kg.
4. Efisiensi saluran pemasaran beras organik di Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupten Deli Serdang pada saluran I adalah sebesar 12,24% dan pada saluran II sebesar 13,40%. Sedangkan efisiensi pemasaran beras non organik pada saluran I adalah sebesar 13,52% sedangkan pada saluran II sebesar 14,75% dan saluran III sebesar 23,80%. Maka saluran pemasaran beras organik dan beras non organik di daerah penelitian efisien karena saluran pemasaran <50%.

## 6.2 Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya petani organik melakukan proses pengeringan gabah agar harga gabah meningkat dan memperkecil margin pemasaran.
2. Sebaiknya petani non organik memperpendek saluran pemasaran sehingga akan menguntungkan bagi petani, dengan cara menjual langsung hasil panennya.
3. Peneliti selanjutnya, skripsi ini dapat di jadikan referensi dan informasi tentang “ Analisis Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang”.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M, Purwanti,S & Hidayati,S. 2019. *Intercropping System for Growth and Yield in Local Varieties of Madura*. *Agricultural Science*,3(1),22-30.
- Andoko. 2015. *Budidaya Padi Secara Organik*. Jakarta: Penebar Swadaya. Di akses pada tanggal 12 maret 2018.
- Arifin, 2017. *Pembangunan Pertanian*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ariwibowo,2013. *Disparitas Harga Gabah dan Harga Beras*. Jakarta: Unisosdem Jogjakarta.
- Aroning. 2018. *Analisis Saluran Dan Hasil Margin Pemasaran* <http://www.deptan.go.id>
- Ayatullah. 2019. *Mengenai Pertanian Non organik*. Jakarta.
- Badan Litbang Pertanian, 2015. *Dalam perekonomian dan ketahanan pangan nasional*. Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. 2012. *Pangan Nasional*. Sumatera Utara.
- Badan Pusat Statistik. 2015-2020. *Luas Panen dan Produksi Padi Sawah di Kabupaten Deli Serdang*.
- Badan Pusat Statistik. 2015-2020. *Luas Panen dan Produksi Padi Sawah di Kecamatan Beringin*.
- Badan Pusat Statistik, 2017-2021. *Potensi Produksi Konsumsi Beras*. Indonesia.
- Badan Pusat Statistik, 2021. *Luas Tanaman dan Produksi Padi Sawah Berdasarkan 10 Provinsi Terbesar di Indonesia*. 2020.
- Brendy Niko Gapatutungan, 2019. *Saluran Pemasaran Beras Organik didesa Suko Kecamatan Belintang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur*. *Jurnal*
- Darmawanti. 2015. *Mengenai Efisiensi Pemasaran Beras (kasus di wilayah Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten)*. Skripsi Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Deputi Bidang Statistik, 2017-2021. *Potensi Produksi Konsumsi Beras*. Indonesia.
- Ditjen Pengolahan Dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2014. *Produksi dan Kebutuhan Beras Organik*. Indonesia. 2005-2012
- Ginting. 2016. *Riset Pemasaran*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

- Gitosudarmo. 2015. Biaya Pemasaran. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ina. 2017. *Comparing Opinions And Attitudes Of Organic And Nonorganic Farmers Towards Organic Rice Farming System In North-Eastern Thailand.* *Journal Of Organic Systems*. 5 (1): 25-35.
- Irawan. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Organik dan Non organik. Yogyakarta
- Kantor Penyuluhan Pertanian Kecamatan Beringin. 2022. Luas Areal dan Hasil Produksi Padi Sawah Organik Menurut Kecamatan Beringin Tahun 2020-2021
- Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat, 2022. Hasil Penjualan Beras Organik didesa Karang Anyar. 2017-2022.
- Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat, 2022. Luas Panen Padi Organik didesa Karang Anyar. 2015-2022.
- Kompilasi data SPOI 2007-2018 dan FiBL. Luas Lahan Pertanian Organik di Indonesia tahun 2007-2018.
- Kompilasi data SPOI 2007-2018 dan FiBL. Luas Lahan Padi Sawah Organik di Indonesia tahun 2007-2018.
- Kotler. 2015. Analisis Pemasaran Beras Di Kabupaten Klaten.
- Kotler Serta Armstrong. 2018. Analisis Saluran Pemasaran. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Laksana, 2018. Analisis Saluran Pemasaran dan Lembaga Pemasaran. Jakarta.
- Mubyarto. 2017. Efisiensi Pemasaran Padi di Kecamatan Subang Kabupaten Banyumas.
- Muhammad Arbi, dkk. 2018. Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal*.
- Philip Kotler, 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Hasil Pertanian*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Rahim Dan Astuti. 2017. Biaya Pemasaran Beras. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Reinita Dwi Putri Anggraini, dkk. 2018. Analisis Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal*
- Salman. 2014. Ilmu Usahatani. Jakarta: Penerbit Swadaya.



- Sudaryono. 2016. Beras Organik Merupakan Komoditas yang memiliki Harga Jual Tinggi. Jakarta.
- Sriyanto. 2016. Pemasaran Beras Organik, Saluran Pemasaran Beras Organik. Jakarta.
- Sutarno, 2017. Analisis Pemasaran Beras Organik dan Non Organik di Desa Dugo. Jurnal.
- Swastha. 2011. "Analisis Distribusi Marjin Pemasaran Gabah Dan Beras di Jawa Tengah". Bogor: Pusat Analisis Social Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian.
- Utomo dan Naza. 2013. Budidaya Tanaman Padi. Jogjakarta: Kanisius.
- Yuniarti, 2017. Saluran Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Boyolali. Jurnal.
- Harahap, G., & Lubis, M. M. (2020). Analisa Pendapatan Usaha Kilang Padi Keliling di Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Harahap, G., & Lubis, M. M. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi dan Kelayakan Usaha Rumah Tangga Gula Aren (Studi Kasus: Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Sihombing, T. N. Y., Harahap, G., Saleh, K., & Khairad, F. (2021). Analisis Pengembangan dan Keuntungan Usaha Dodol di Pasar Bengkel Kecamatan Perbaungan. Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA), 3(1), 12-23.
- Ilvira, R. F. (2015). Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Buah Naga CV Kusumo Wanadri Kulon Progo (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Efendy, I., & Ilvira, R. F. (2020). IMPLEMENTASI KESEHATAN LINGKUNGAN KAMPUS DALAM PANDEMI COVID 19 UNTUK Mendukung SDM Unggul, Indonesia Maju. Prosiding WEBINAR Fakultas Ekonomi Unimed "Strategi Dunia Usaha Menyikapi Status Indonesia Sebagai Negara Maju: Pra dan Pasca Covid-19", 43-56.
- Ellin Herlina, E. H. (2020). ANALISIS PERAN WANITA MENIKAH BERKARIR DAN DAMPAKNYA PADA KESEJAHTERAAN KELUARGA Survey Pada Para Wanita Karir Yang Berkeluarga di Cirebon.
- Indasari, G. (2016). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Provinsi Sumatera Utara Di Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

UNIVERSITAS MEDAN AREA Kuswardani, R. A., Simanullang, E. S., & Siregar, N. S. (2013). Kajian

pengembangan kawasan agrotechnopark di Sumatera Utara. *JURNAL AGRICA*, 6(1), 1-13.

Jojo, J., Gandhi, A., Simanullang, E. S., & Frasipa, A. (2020). Analisis Human Capital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode 2001-2017. *OPTIMA*, 3(1).

Salqaura, S. S. (2020). Analisis korelasi sektor pertanian dengan kemiskinan di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Agristan*, 2(1).

Syaputra, A., Lubis, Y., Salqaura, S. S., & Hermanto, B. (2023). Strategi Peningkatan Produktivitas Petani Padi Sawah Terhadap Peranan Kelompok Tani di Desa Melati II. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 5(1), 39-49.

Abdina, M. F. (2013). Analisis Dampak Perkebunan Kelapa Sawit Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Asahan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

Sitorus, R. S., & Abdina, M. F. (2023). Analisis Dampak Aktivitas Bandara Kualanamu Terhadap Pengembangan Kawasan Pertanian di Kecamatan Pantai Labu dan Kecamatan Beringin. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 4(1), 1-20.

Safitri, S. A. (2021). Penguatan Kemampuan Manajerial Kelompok Tani Melalui Pelatihan Laporan Keuangan Usahatani di Sungai Beduk Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 3(01), 32-35.

Safitri, S. A., & Chalil, E. (2013). STRATEGI PENGEMBANGAN SISTEM AGRIBISNIS BERAS ORGANIK (Studi Kasus: Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai). *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 2(10), 15143.

## LAMPIRAN I

### Kuisisioner Penelitian

#### ANALISIS PEMASARAN BERAS ORGANIK DAN AN ORGANIK DIDESA KARANG ANYAR KECAMATAN BERINGIN KABUPATEN DELI SERDANG

No. Kuisisioner : \_\_\_\_\_

Tanggal wawancara : \_\_\_\_\_

Bapak / ibu / saudara / i yang terhormat, Saya mahasiswa S1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, yang saat ini sedang menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pemasaran Beras Organik dan An orgnaik didesa karang anyar kecamatan beringin kabupaten deli serdang”.

Sehubung dengan hal tersebut saya meminta bantuan dalam pengisian lembar angket ini sesuai dengan keadaan/perasaan bapak/ibu, angket ini hanya digunakan sebagai instrument (data) dalam penelitian ini.

Demikian yang dapat saya sampaikan, atas perhatian, kerja sama dan bantuan yang telah bapak/ibu berikan saya ucapkan terima kasih.

#### I. Petani Organik/ Petani Non organik

##### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelaminan :  Laki-Laki  Wanita
3. Umur : .....Tahun
4. Alamat :
5. Pendidikan Terakhir :
6. Status :  Menikah  Belum  
Menikah
7. Jumlah Tanggungan Keluarga :           Orang

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document accepted 13/12/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/23

8. Lama Usaha Tani :.....Tahun

9. Pengalaman Bertani :.....Tahun

10. Kapan beralih ke organik ? kenapa?

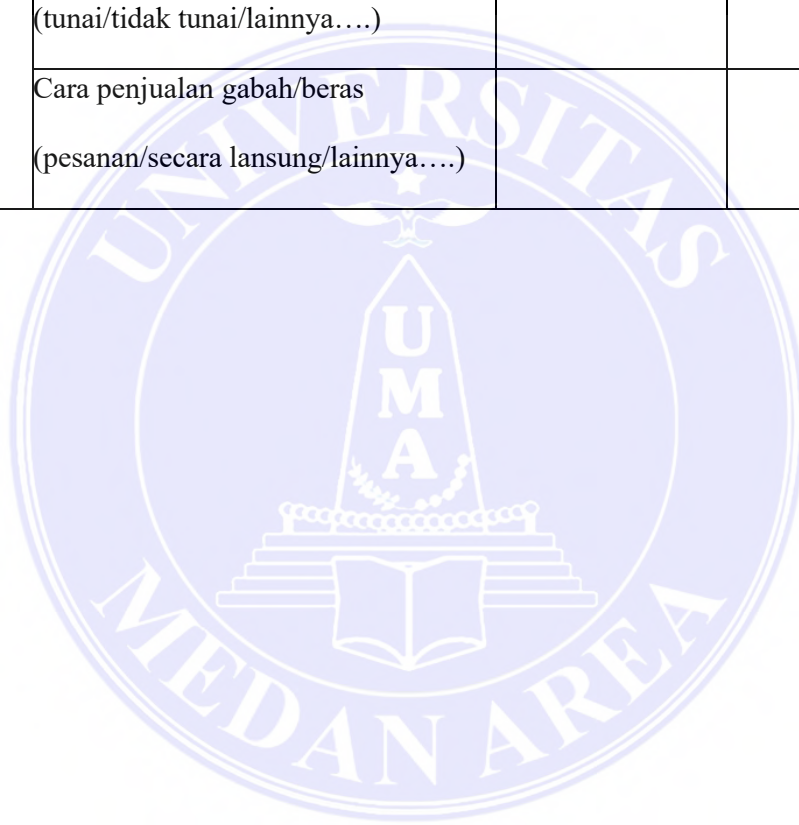
11. Kenapa tidak mau budidaya organik ?

	Pertanyaan	Organik	An organik
1	<b>Status Kepemilikan Lahan(Ha)</b>		
	a. Milik sendiri		
	b. Sewa		
2	<b>Identifikasi Jenis Pupuk</b>		
	a.Jenis pupuk anda gunakan		
	b.Berapa dosis yang digunakan		
	c.Kapan anda melakukan pemupukan		
	d.Berapa kali melakukan pemupukan		
3	Benih yang anda gunakan		
4	<b>Pemasaran</b>		
	Apa saja didalam biaya pemasaran		
	Besaran biaya pemasaran		
	Siapa yang menanggung biaya pemasaran (petani/pengepul/dll)		
5	Bagaimana fungsi pemasaran yang dilakukan		
	a. Pembelian		

	b. Penjualan		
	c. Pengangkutan		
	d. Penyimpanan		
	e. Informasi harga		
	f. Penagung resiko		
	g. Pengumpulan		
	h. pembiayaan		
6	<b>Hasil Panen</b>		
	Apa yang anda lakukan terhadap hasil panen (dijual langsung/dijual dalam bentuk gabah/disimpan/lainnya)		
	Kepada siapa anda menjual hasil panen (pedagang dalam desa/pedagang luar desa/pedagang luar kecamatan)		
	Apakah didesa ada pedagang (Ya/Tidak)		
	Kemana biasanya anda menjual hasil panen (konsumen/pedagang pengepul/lainnya....)		
	Berapa jumlah hasil panen		



Berapa harga jual		
Cara anda menentukan harga jual (tawar menawar/harga mengikuti pasar/....)		
Cara pembayaran penjualan gabah/beras (tunai/tidak tunai/lainnya....)		
Cara penjualan gabah/beras (pesanan/secara langsung/lainnya....)		



### Kuisisioner Penelitian

#### **ANALISIS PEMASARAN BERAS ORGANIK DAN AN ORGANIK DIDESA KARANG ANYAR KECAMATAN BERINGIN KABUPATEN DELI SERDANG**

No. Kuisisioner :

Tanggal wawancara :

#### **II. Pedagang Pengumpul/ Pedagang Kilang /Pedagang Pengecer**

##### **A. Identitas Responden**

Nama :

Usia : ..... tahun

Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan

Pendidikan Terakhir : a. SD c. SMA  
b. SMP d. Perguruan Tinggi

Jumlah Anggota Keluarga : ..... orang

Pengalaman Berdagang : ..... Tahun

No	Pertanyaan	Organik	An organik
1	Posisi tingkat pedagang ( dalam desa/luar desa)		
2	Alat transportasi yang digunakan milik siapa (milik sendiri/sewa)		
3	Cara membeli gabah/beras (mendatangi/didatangi)		
4	Membeli gabah/beras darimana		
5	Jumlah pembelian dan penjualan padi/beras dalam sebulan		

	a. Harga beli		
	b. Harga jual		
	c. Jumlah penjualan		
	d. Lama menyimpan		
	e. Menjual kepada siapa		
6	Bagaimana fungsi pemasaran yang dilakukan		
	a. pembelian		
	b. penjualan		
	c. pengangkutan		
	d. penyimpanan		
	e. informasi harga		
	f. penanggung resiko		
	g. Pengumpulan		
	h. pembiayaan		
7	Biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam pemasaran beras		
	a. Biaya pengangkutan		
	b. Biaya tenaga kerja		
	c. Transportasi		
	d. Lainnya.....		
8	Apakah punya tempat penyimpanan (punya/tidak punya)		

	a. Lama menyimpan produk		
9	Cara anda menentukan harga jual gabah/beras  (tawar menawar/harga mengikuti pasar/lainnya.....)		
10	cara pembayaran penjualan gabah/beras anda  (tunai/tidak tunai/lainnya...)		
11	Cara penjualan gabah/beras anda melalui  (pesanan/secara lansung/lainnya....)		

### Kuisisioner Penelitian

## ANALISIS PEMASARAN BERAS ORGANIK DAN AN ORGANIK DIDESA KARANG ANYAR KECAMATAN BERINGIN KABUPATEN DELI SERDANG

No. Kuisisioner :

Tanggal wawancara :

### III. Konsumen Organik/ Konsumen Non organik














#### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Umur :
4. Jenis kelamin : a. laki-laki b. perempuan
5. Status : a. menikah b. belum menikah

No	Pertanyaan	Organik	An organik
1	Berapa jumlah pembelian dalam sebulan		
2	Anda menerima beras organik/ an organik darimana(petani,pedagangpengepul,pedagang besar/lainnya....)		
	Jika dari petani berapa harga beli		
	Jika dari pedagang pengepul/pedagang besar berapa harga beli		
3	Sudah berapa lama konsumsi organik		
	Kenapa mengkonsumsi beras organik		
4	Apa perbedaan beras organik/an organik		



## Lampiran 2. Nama-Nama Petani Organik

NO	Nama Petani	Luas Lahan	Tanda Tangan
1	Sukardi Ariyanto	3 ha	
2	Ngadino	10 rt	
3	Siswanto	5 rt	
4	Selamiet	4,5 rt	
5	Sakidi	4,5 rt	
6	Siman	15 rt	
7	Mirun	1 ha	
8	Marjono	4 rt	
9	Walijo	5 rt	
10	Suardi	10 rt	
11	Rivisyono	4 rt	
12	Heri santoso	5 rt rt	
13	Mariadi	6 rt	

Sumber : Kelompok Tani Mekar Pasar Kawar,2022

**Lampiran 3. Nama-Nama Petani Non organik**

No	Nama Anggota	Alamat	Luas Lahan ( ha )	Status
1	Azis	Dusun VII A	0,16	Milik Sendiri
2	Sariman	Dusun VII A	0,16	Milik Sendiri
3	Nagtino	Dusun VII A	0,72	Milik Sendiri
4	Juminto	Dusun VII A	0,16	Milik Sendiri
5	Kardi	Dusun VII A	0,16	Milik Sendiri
6	Risan	Dusun VII A	0,08	Milik Sendiri
7	Taslim	Dusun VII A	0,28	Milik Sendiri
8	Marwi	Dusun VII A	0,32	Milik Sendiri
9	Elsa	Dusun VII A	0,20	Milik Sendiri
10	Suki	Dusun VII A	0,16	Milik Sendiri
11	Reson	Dusun VII A	0,08	Milik Sendiri
12	Anto	Dusun VII A	0,16	Milik Sendiri
13	Boimin	Dusun VII A	1,12	Milik Sendiri
14	Maman	Dusun VII A	0,12	Milik Sendiri
15	Waseni	Dusun VII B	0,20	Milik Sendiri
16	Paerah	Dusun VII B	0,60	Milik Sendiri
17	Giran	Dusun VII B	0,84	Milik Sendiri
18	Sugeng	Dusun VII B	0,12	Milik Sendiri
19	Rasliadi	Dusun VII B	0,12	Milik Sendiri
20	Mustriyono	Dusun VII B	0,08	Milik Sendiri
21	Salikun	Dusun VII B	0,12	Milik Sendiri
22	Rusmin	Dusun VII B	0,24	Milik Sendiri
23	Siti amini	Dusun VII B	0,28	Milik Sendiri
24	Seni wati	Dusun VII B	0,24	Milik Sendiri
25	Timen	Dusun VII B	0,28	Milik Sendiri
26	Jhoni zakaria	Dusun VII B	1,21	Milik Sendiri
27	Sapon	Dusun IV	0,52	Milik Sendiri
28	Ruslan	Pasar 1 Timur	0,28	Milik Sendiri
29	Antoni	Pasar 1 Timur	0,18	Milik Sendiri
30	Adi	Dusun II	0,18	Milik Sendiri
31	Yabo	Dusun II	0,18	Milik Sendiri
32	Miswanto	Dusun I Timur	0,18	Milik Sendiri
33	Wagio	Dusun I Timur	0,28	Milik Sendiri
34	Domblog	Dusun I Timur	0,52	Milik Sendiri
35	Trisno	Dusun IV	0,32	Milik Sendiri
36	Widuri	Sidodadi	1,37	Milik Sendiri

37	Nuri	Sidoarjo	0,18	Milik Sendiri
38	Sugondo	Sidoarjo	0,32	Milik Sendiri
39	Baduel	Sidoarjo	0,18	Milik Sendiri
40	Misiah	Sidoarjo	0,18	Milik Sendiri
41	Berton	Sidoarjo	0,18	Milik Sendiri
42	Yatno	Sidoarjo	0,18	Milik Sendiri
43	Tarto	Sidoarjo	0,60	Milik Sendiri

Sumber : Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat



**Lampiran 4. Identitas Responden Petani Padi Organik**

Identitas Responden Petani Padi Organik								
No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Jumlah Tanggungan	Luas Lahan (ha)	Lama usaha tani	Alamat
1	Sukardi	Laki-Laki	63	SMP	3	3	29	Dusun VII A
2	Ngadino	Laki-Laki	52	SMP	5	0,40	10	Dusun VII A
3	Siswanto	Laki-Laki	57	SMP	5	0,20	12	Dusun VII A
4	Selamet	Laki-Laki	43	SMA	4	0,18	8	Dusun VII A
5	Sakidi	Laki-Laki	35	SMA	1	0,18	5	Dusun VII A
6	Siman	Laki-Laki	55	SMP	6	0,60	9	Dusun VII B
7	Mirun	Laki-Laki	56	S1	5	1	10	Dusun VII B
8	Marjono	Laki-Laki	44	SMP	3	0,16	9	Dusun VII B
9	Walijo	Laki-Laki	50	SMA	4	0,20	8	Dusun VII B
10	Suardi	Laki-Laki	60	SD	5	0,40	10	Dusun VII B
11	Riwisyono	Laki-Laki	57	SD	3	0,16	8	Dusun VII A
12	Heri Susanto	Laki-Laki	42	SMP	5	0,20	8	Dusun VII B
13	Mariadi	Laki-Laki	60	SD	5	0,24	8	Pasar 1 Timur
	Jumlah	-	-	-	54	6,92	-	-

**Lampiran 5. Budidaya Padi Organik**

No	Nama	Kepemilikan lahan	Benih	Jenis pupuk	Dosis pupuk ( Kg )	Waktu pemupukan ( Hst )	Jumlah pemupukan ( kali )	Biaya pemasaran ditanggung
1.	Sukardi	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	3.000	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	P.Pengumpul dalam desa
2.	Ngadino	Milik sendiri	ciherang	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	400	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	P. Pengumpul dalam desa
3.	Siswanto	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	200	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	P. Pengumpul dalam desa
4.	Selamet	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	180	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	Kilang
5.	Sakidi	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	180	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	P. Pengumpul dalam desa
6.	Siman	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	600	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	P. Pengumpul dalam desa
7.	Mirun	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	1.500	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	Kilang
8.	Marjono	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	160	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	Kilang
9.	Walijo	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	200	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	P. Pengumpul dalam desa
10.	Suardi	Milik sendiri	ciherang	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	400	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	Kilang
11.	Riwisyon o	Milik sendiri	ciherang	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	160	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	P. Pengumpul dalam desa
12.	Heri Susanto	Milik sendiri	Pandan wangi	Pupuk kompos (kotoran sapi, kambing) dan poc	200	Sebelum olah lahan dan 30 Hst	2	Kilang



13.	Mariadi	Milik sendiri	ciherang	Pupuk Kompos dan Poc	240	Olah lahan , 30 Hst	2	P. Pengumpul
-----	---------	---------------	----------	----------------------	-----	---------------------	---	--------------



**Lampiran 6. Fungsi Pemasaran dan Penjualan Hasil Gabah Organik**

No	Fungsi pemasaran	Penjualan hasil panen	Tempat penjualan	Harga jual (Rp/Kg)	Jumlah Hasil Panen (Kg)	Menentukan harga jual	Cara pembayaran gabah	Cara penjualan gabah
1.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	6.500	21.000	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
2.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	6.500	2.522	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
3.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	6.500	1.450	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
4.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pedagang Pengumpul dalam desa	6.000	1.255	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
5.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pedagang Pengumpul dalam desa	6.000	1.255	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
6.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pedagang Pengumpul dalam desa	6.000	4.210	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
7.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pedagang Pengumpul desa	6.000	7.000	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung

8.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	6.000	1.115	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
9.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pedagang Pengumpul dalam desa	6.000	1.400	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
10.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pedagang Pengumpul dalam desa	6.000	2.520	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
11.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	6.500	1.120	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
12.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pedagang Pengumpul dalam desa	6.000	1.400	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
13.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pedagang Pengumpul dalam desa	6.000	1.680	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
Jumlah	-	-	-	-	47.927	-	-	-

**Lampiran 7. Identitas Responden Petani Padi Non organik**

Identitas Responden Petani Padi Non organik								
No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Jumlah Tanggungan	Luas Lahan ( ha )	Pengalaman	Alamat
1	Azis	Laki-laki	45	SMP	4	0,16	20	Dusun VII A
2	Sariman	Laki-laki	42	SMA	6	0,16	6	Dusun VII A
3	Nagtino	Laki-laki	47	SMA	2	0,72	5	Dusun VII A
4	Juminto	Laki-laki	40	SD	4	0,16	20	Dusun VII A
5	Kardi	Laki-laki	43	SMP	2	0,16	20	Dusun VII A
6	Risan	Laki-laki	49	SMP	4	0,08	18	Dusun VII A
7	Taslim	Laki-laki	47	SMP	4	0,28	23	Dusun VII A
8	Marwi	Laki-laki	29	SMA	2	0,32	5	Dusun VII A
9	Elsa	Perempuan	36	SMP	3	0,20	9	Dusun VII A
10	Suki	Laki-laki	43	SMA	2	0,16	7	Dusun VII A
11	Reson	Laki-laki	45	SMP	5	0,08	23	Dusun VII A
12	Anto	Laki-laki	47	SMA	4	0,16	8	Dusun VII A
13	Boimin	Laki-laki	49	SMP	6	1,12	25	Dusun VII A
14	Maman	Laki-laki	35	SMP	2	0,12	20	Dusun VII A
15	Waseni	Laki-laki	44	SMA	3	0,20	9	Dusun VII B
16	Paerah	Laki-laki	55	SD	3	0,60	30	Dusun VII B
17	Giran	Laki-laki	49	SMP	7	0,84	33	Dusun VII B
18	Sugeng	Laki-laki	57	SD	5	0,12	28	Dusun VII B
19	Rasliadi	Laki-laki	55	SMP	5	0,12	30	Dusun VII B
20	Mustriyono	Laki-laki	56	SMP	5	0,08	28	Dusun VII B
21	Salikun	Laki-laki	49	SD	5	0,12	20	Dusun VII B
22	Rusmin	Laki-laki	60	SMP	3	0,24	38	Dusun VII B
23	Siti amini	Perempuan	32	SMA	2	0,28	5	Dusun VII B
24	Seni wati	Perempuan	34	SMP	2	0,24	5	Dusun VII B

25	Timen	Laki-laki	55	SD	5	0,28	35	Dusun VII B
26	Jhoni zakaria	Laki-laki	46	S1	5	1,21	6	Dusun VII B
27	Sapon	Laki-laki	47	SD	6	0,52	25	Dusun IV
28	Ruslan	Laki-laki	58	SMP	2	0,28	28	Pasar 1 Timur
29	Antoni	Laki-laki	50	SD	5	0,18	23	Pasar 1 Timur
30	Adi	Laki-laki	43	SMA	5	0,18	9	Dusun II
31	Yabo	Laki-laki	42	SMA	6	0,18	5	Dusun II
32	Miswanto	Laki-laki	40	SMA	5	0,18	5	Dusun I Timur
33	Wagio	Laki-laki	62	SD	1	0,28	32	Dusun I Timur
34	Domblog	Laki-laki	48	SD	5	0,52	23	Dusun I Timur
35	Trisno	Laki-laki	63	SD	1	0,32	34	Dusun IV
36	Widuri	Laki-laki	45	SMP	5	1,37	22	Sidodadi
37	Nuri	Perempuan	37	SMP	5	0,18	17	Sidoarjo
38	Sugondo	Laki-laki	63	SD	2	0,32	27	Sidoarjo
39	Baduel	Laki-laki	50	SMP	5	0,18	9	Sidoarjo
40	Misiah	Perempuan	39	SMP	5	0,18	8	Sidoarjo
41	Berton	Laki-laki	56	SD	5	0,18	27	Sidoarjo
42	Yatno	Laki-laki	54	SMP	5	0,18	30	Sidoarjo
43	Tarto	Laki-laki	56	SD	6	0,60	30	Sidoarjo
	jumlah	-	-	-	174	14,04	-	-



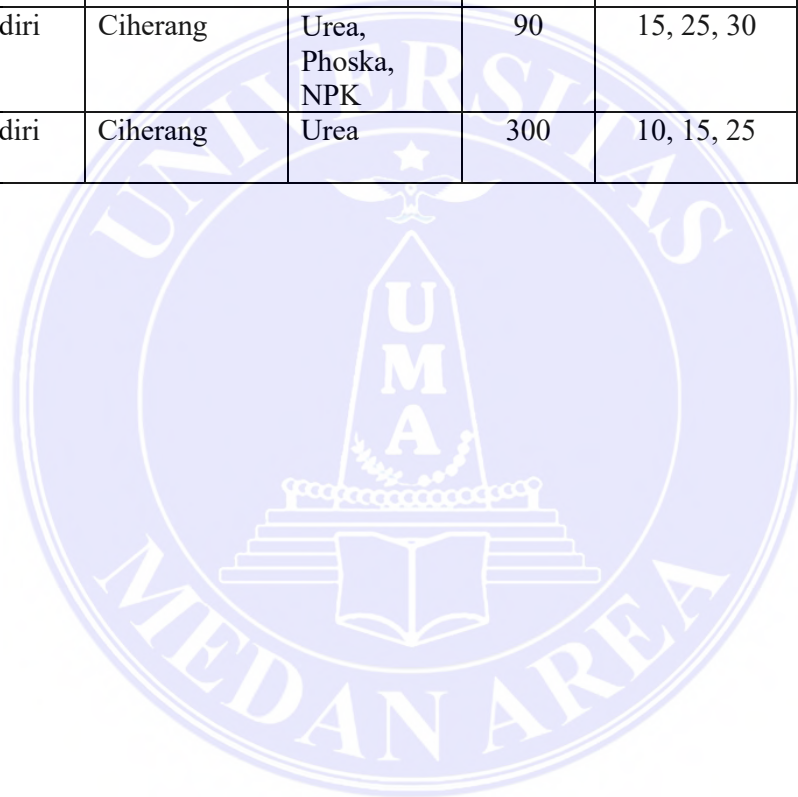
**Lampiran 8. Budidaya Padi Non organik**

Budidaya Padi Non organik								
No	Nama	Kepemilikan Lahan	Benih	Jenis Pupuk	Dosis Pupuk ( Kg )	Waktu Pemupukan ( Hari )	Jumlah Pemupukan ( Kali )	Biaya Pemasaran Ditanggung
1.	Azis	Milik sendiri	Ciherang, Ir 64	Urea, tsp, kcl	80	7, 10, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
2.	Sariman	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska	80	10,12,25	3	P. Pengumpul dalam desa
3.	Ngatino	Milik sendiri	Ciherang	Urea, SP-36	360	10, 30	2	P. Pengumpul dalam desa
4.	Juminto	Milik sendiri	Ciherang, Ir 64	Urea, Phoska	80	10, 15, 25	3	Kilang
5.	Kardi	Milik sendiri	Ciherang	Urea, SP, NPK	80	5, 7, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
6.	Risan	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska	40	10, 15, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
7.	Taslim	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska	140	10, 15, 25	3	Kilang
8.	Marwi	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska	160	10, 15, 25	3	Kilang
9.	Elsa	Milik sendiri	Ir 64	Urea, tsp, kcl	100	10, 30	2	P. Pengumpul dalam desa
10.	Suki	Milik sendiri	Ciherang, Ir 64	Urea	80	10, 20, 30	3	Kilang
11.	Reson	Milik sendiri	Ciherang, Mekongga	Urea, Phoska, KCL	40	5, 7, 25	3	P. Pengumpul dalam desa

12.	Anto	Milik sendiri	Ciherang, Inpari	Urea, Phoska, KCL	80	10, 15, 25	3	Kilang
13.	Boimin	Milik sendiri	Ir 64, Mekongga	Urea, NPK	600	10, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
14.	Maman	Milik sendiri	Inpari	Urea, SP-36	60	5, 10, 30	3	Kilang
15.	Waseni	Milik sendiri	Ciherang	Urea	100	10, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
16.	Paerah	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska	300	10, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
17.	Giran	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska, KCL	420	10, 30	3	Kilang
18.	Sugeng	Milik sendiri	Ciherang	Urea	60	10, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
19.	Rasliadi	Milik sendiri	Ir 64	Urea, SP-36	60	10, 20, 30,	3	P. Pengumpul dalam desa
20.	Mustriono	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska	40	10, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
21.	Salikun	Milik sendiri	Ir 64	Urea, tsp, kcl	60	10, 30	2	P. Pengumpul dalam desa
22.	Rusmin	Milik sendiri	Ciherang, Ir 64	Urea	120	10, 20, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
23.	Siti Amini	Milik sendiri	Ciherang, Ciherang	Urea, Phoska	140	5, 7, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
24.	Seni Wati	Milik sendiri	Ciherang, Inpari	Urea, Phoska	120	10, 15, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
25.	Timen	Milik sendiri	Ir 64, Mekongga	Urea,	140	10, 12, 25	3	P. Pengumpul dalam desa

26.	Jhoni Zakaria	Milik sendiri	Inpari	Urea, SP-36	600	5, 10, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
27.	Sapon	Milik sendiri	Ir 64	Urea	260	10, 25	2	P. Pengumpul dalam desa
28.	Ruslan	Milik sendiri	Ciherang, Inpari	Urea, Phoska	140	10, 15, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
29.	Antoni	Milik sendiri	Ir 64, Mekongga	Urea, SP-36	90	5, 10, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
30.	Adi	Milik sendiri	Ciherang	Urea	90	10, 15, 20	3	P. Pengumpul dalam desa
31.	Yabo	Milik sendiri	Ir 64, Inpari	Urea, Phoska, NPK	90	5, 10, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
32.	Miswanto	Milik sendiri	Ciherang	Urea, NPK 2A	90	5, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
33.	Wagio	Milik sendiri	Ir 64, Inpari	Urea, tsp, kcl	140	10, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa
34.	Domblog	Milik sendiri	Ciherang	Urea, NPK	260	10, 15, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
35.	Trisno	Milik sendiri	Ciherang	Urea	160	10, 30	2	P. Pengumpul dalam desa
36.	Nuri	Milik sendiri	Ir 64	Urea, Phoska	600	10, 15, 20	3	P. Pengumpul dalam desa
37.	Widuri	Milik sendiri	Ir 64, Mekongga	Urea	90	5, 7, 15	3	P. Pengumpul dalam desa
38.	Sugondo	Milik sendiri	Ir 64	Urea, Phoska	160	10, 20	2	P. Pengumpul dalam desa
39.	Baduel	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska	90	10, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa

40.	Misiah	Milik sendiri	Ir 64, Inpari	Urea, Phoska, kcl	90	15, 20, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
41.	Berton	Milik sendiri	Ir 64	Urea	90	5, 10, 15	3	P. Pengumpul dalam desa
42.	Yatno	Milik sendiri	Ciherang	Urea, Phoska, NPK	90	15, 25, 30	3	P. Pengumpul dalam desa
43.	Tarto	Milik sendiri	Ciherang	Urea	300	10, 15, 25	3	P. Pengumpul dalam desa



### Lampiran 9. Fungsi Pemasaran dan Penjualan Hasil Gabah Non organik

No.	Fungsi Pemasaran	Penjualan 1 Hasil Panen	Tempat Penjualan	Harga Jual ( Rp/Kg )	Jumlah Hasil Panen (Kg)	Menentukan Harga Jual	Cara Pembayaran Gabah	Cara Penjualan Gabah
1.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	880	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
2.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pengumpul dalam desa	5.300	870	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
3.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Pengumpul dalam desa	5.300	3.960	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
4.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	5.500	867	Mengikuti harga pasar	DP	Secara langsung
5.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	870	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
6.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	440	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
7.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	5.500	1.540	Mengikuti harga pasar	DP	Secara langsung
8.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	5.500	1.760	Mengikuti harga pasar	DP	Secara langsung
9.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.100	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
10.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	5.500	880	Mengikuti harga pasar	DP	Secara langsung
11.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	440	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
12.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	5.500	870	Mengikuti harga pasar	DP	Secara langsung



13.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	6.600	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
14.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	5.500	660	Mengikuti harga pasar	DP	Secara langsung
15.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.100	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
16.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	3.300	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
17.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	Kilang	5.500	4.600	Mengikuti harga pasar	DP	Secara langsung
18.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	660	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
19.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	440	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
20.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	445	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
21.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	665	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
22.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.320	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
23.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.535	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
24.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.300	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
25.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.525	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
26.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.500	6.600	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
27.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	2.850	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung

28.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.540	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
29.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	990	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
30.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	930	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
31.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	980	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
32.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	990	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
33.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.543	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
34.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	2.860	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
35.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.760	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
36.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	7.480	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
37.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	995	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
38.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	1.762	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
39.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	870	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
40.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	900	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
41.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	900	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
42.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	910	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung

43.	Penjualan dan pembiayaan	Dijual langsung	P. Pengumpul dalam desa	5.300	3.300	Mengikuti harga pasar	Tunai	Secara langsung
-----	--------------------------	-----------------	-------------------------	-------	-------	-----------------------	-------	-----------------



### Lampiran 10. Biaya-biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Gabah Organik dan Gabah Non organik

#### Jumlah Rata-Rata Pembelian Dan Penjualan Gabah Organik dan Gabah Non organik Pedagang Pengumpul Per Satu Musim Panen

Uraian	Jumlah	
	Beras Organik	Beras Non organik
Jumlah Pembelian (Kg/Musim Panen)	21.835	20.000
Harga Beli (Rp/Kg)	6.000	5.300
Nilai Pembelian (Rp)	131.010.000	106.000.000
Harga Jual (Rp/Kg)	6.500	5.500
Nilai Penjualan (Rp)	141.927.500	110.000.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

#### Biaya Pemasaran Gabah Organik Dan Non Organik Pedagang Pengumpul Per Satu Kali Musim Panen, Tahun 2022

Uraian	Beras Organik	Beras Non Organik
Biaya Tenaga Kerja	2.000.000	1.200.000
Transportasi	1.000.000	1.000.000
Pengemasan	546.000	500.000
Total	3.546.000	2.700.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

#### Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Organik :

##### Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja = 2 orang

Upah = 100.000 / hari

Waktu kerja = 10 hari

Tenaga kerja = 2 x 100.000

= 200.000 / hari

Total Biaya Tenaga Kerja = 10 (hari) x 200.000

= Rp 2.000.000

Jadi total biaya tenaga kerja pedagang pengumpul organik untuk dua orang selama sepuluh hari yaitu sebesar Rp 2.000.000

### **Transportasi**

Biaya minyak *pick up* = 100.000/ hari

Lama kerja = 10 hari

Total biaya transportasi = 100.000 x 10 (hari)  
= Rp 1.000.000

Jadi total biaya minyak yang dibutuhkan pedagang pengumpul organik selama sepuluh hari untuk mengangkut gabah dari lokasi lahan petani ke kilang sebesar Rp1.000.000

### **Pengemasan**

Ukuran goni = 80 kg

Harga satuan goni = Rp 2.000

Jumlah gabah = 21.835

Kebutuhan goni = Jumlah Gabah : Kapasitas Goni  
= 21.835 : 80

Jumlah goni yang di butuhkan = 2.723

Total biaya pengemasan = Jumlah goni x Harga satuan goni  
= 2.723 x 2.000  
= Rp 546.000

Jadi total biaya pengemasan pedagang pengumpul organik sebesar Rp 546.000

### **Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Non organik :**

#### **Tenaga Kerja**

Jumlah tenaga kerja = 2 orang

Upah = 60.000 / hari

Waktu kerja = 10 hari

Tenga kerja = 2 x 60.000  
= 120.000 / hari

Total Biaya Tenaga Kerja = 10 (hari) x 120.000  
= Rp 1.200.000



Jadi total biaya tenaga kerja pedagang pengumpul non organik untuk dua orang selama sepuluh hari yaitu sebesar Rp 1.200.000

### **Transportasi**

Biaya minyak *pick up* = 100.000/ hari

Lama kerja = 10 hari

Total biaya transportasi = 100.000 x 10 (hari)  
= Rp 1.000.000

Jadi total biaya minyak yang dibutuhkan pedagang pengumpul non organik selama sepuluh hari untuk mengangkut gabah dari lokasi lahan petani ke kilang sebesar Rp1.000.000

### **Pengemasan**

Ukuran goni = 80 kg

Harga satuan goni = Rp 2.000

Jumlah gabah = 21.835

Kebutuhan goni = Jumlah Gabah : Kapasitas Goni  
= 20.000 : 80

Jumlah goni yang di butuhkan = 250

Total biaya pengemasan = Jumlah goni x Harga satuan goni  
= 250 x 2.000  
= Rp 500.000

Jadi total biaya pengemasan pedagang pengumpul non organik sebesar Rp 500.000

### **Keuntungan Pedagang Pengumpul Organik dan Pedagang Pengumpul Non Organik Per Musim Panen, Tahun 2022**

Uraian	Beras organik	Beras non organik
Nilai Penjualan	141.927.500	110.000.000
Nilai Pembelian	131.010.000	106.000.000
Biaya Pemasaran	8.611.750	2.500.000
Keuntungan	2.305.750	1.500.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

### Lampiran 11. Biaya-biaya Pemasaran Pedagang Kilang Beras Organik dan Beras Non organik

#### Jumlah Rata-Rata Pembelian dan Penjualan Gabah Organik dan Gabah Non organik Pedagang Kilang Per Satu Musim Panen

Uraian	Jumlah	
	Beras organik	Beras non organik
Jumlah Pembelian (Kg/Musim Panen)	25.000	40.000
Harga Beli (Rp/Kg)	6.500	5.500
Nilai Pembelian (Rp)	162.500.000	220.000.000
Penyusutan Gabah ( <i>Marketing Loss</i> ) :		
Persen Susut Bobot (%)	9	9
Jumlah Susut Bobot (Kg)	2.250	3.600
Nilai (Rp)	14.625.000	19.800.000

Sumber : Data primer diolah,2022

#### Biaya Pemasaran Beras Organik dan Beras Non organik Pedagang Kilang Per Satu Kali Musim Panen, Tahun 2022

Uraian	Beras	Beras
	Organik	Non Organik
Biaya Tenaga Kerja	12.000.000	16.000.000
Transportasi	4.000.000	6.400.000
Pengemasan	10.123.750	13.952.500
Minyak Penggiling	2.100.000	3.360.000
<i>Marketing Loss</i> (Penyusutan Gabah)	14.625.000	19.800.000
Total Biaya Pemasaran	42.848.750	59.512.500

Sumber : Data Primer Diolah,2022

#### Biaya Pemasaran Pedagang Kilang Organik :

##### Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja = 5 orang

Upah = 120.000 / hari

Waktu kerja = 20 hari

Tenga kerja = 5 x 120.000

= 600.000 / hari

Total Biaya Tenaga Kerja = 20 (hari) x 600.000

= Rp 12.000.000

Jadi total biaya tenaga kerja pedagang kilang organik untuk lima orang selama dua puluh hari yaitu sebesar Rp 12.000.000.

### Transportasi

Kapasitas muatan truk engkel sebesar 2.500 Kg

Kapasitas Gabah kilang sebesar 25.000 Kg

Biaya minyak transportasi 1 pengangkutan sebesar = Rp 400.000

Jadi =  $25.000 : 2.500 = 10$  kali pengangkutan

Total biaya transportasi =  $10 \times 400.000$   
= Rp 4.000.000

Jadi total biaya transportasi yang dibutuhkan pedagang kilang organik selama sepuluh kali pengangkutan gabah dari lokasi lahan petani ke kilang sebesar Rp4.000.000.

### Pengemasan

Ukuran goni = 5 Kg dan 10 Kg

Harga satuan goni ukuran 5 Kg = Rp 1.150

Harga satuan goni ukuran 10 Kg = Rp 2.150

Jumlah gabah = 25.000

Penyusutan gabah (*marketing loss*) =  $25.000 - 2.250$  (penyusutan gabah)

Jumlah beras = 22.750

Kebutuhan goni = Jumlah beras : Kapasitas Goni  
=  $22.750 : 5$  Kg

Jumlah goni yang di butuhkan = 4.550

biaya pengemasan goni ukuran 5 Kg = Jumlah goni x Harga satuan goni  
=  $4.550 \times 1.150$   
= Rp 5.232.500

Kebutuhan goni = Jumlah beras : Kapasitas Goni  
=  $22.750 : 10$  Kg

Jumlah goni yang di butuhkan = 2.275

$$\begin{aligned}\text{biaya pengemasan goni ukuran 10 Kg} &= \text{Jumlah goni} \times \text{Harga satuan goni} \\ &= 2.275 \times 2.150 \\ &= \text{Rp } 4.891.250\end{aligned}$$

Jadi total biaya pengemasan pedagang kilang organik sebesar Rp 10.123.750

### **Marketing Loss ( Penyusutan Gabah ) :**

$$\begin{aligned}\text{Marketing loss} &= \frac{\text{kapasitas gabah kilang} \times \text{persenan susut bobot}}{100} \\ &= \frac{25.000 \times 9}{100} \\ &= 2.250 = 25.000 - 2.250 = 22.750\end{aligned}$$

### **Minyak Penggilingan**

Sekali penggilingan gabah sebesar 2.500 Kg, jadi  $25.000 : 2.500 \text{ Kg} = 10$  kali penggilingan dalam proses penggilingan gabah sebesar 2.500 Kg menghabiskan solar sebesar 30 liter.

Harga solar = Rp 7.000/Liter

$$\begin{aligned}\text{Biaya minyak penggiling} &= 7.000 \times 10 \times 30 \\ &= \text{Rp } 2.100.000\end{aligned}$$

Jadi biaya minyak penggilingan gabah untuk 25.000 Kg gabah sebesar Rp2.100.000.

### **Biaya Pemasaran Pedagang Kilang Non organik :**

#### **Tenaga Kerja**

Jumlah tenaga kerja = 8 orang

Upah = 100.000 / hari

Waktu kerja = 20 hari

$$\begin{aligned}\text{Tenga kerja} &= 8 \times 100.000 \\ &= 8.000.000 / \text{hari}\end{aligned}$$
$$\begin{aligned}\text{Total Biaya Tenaga Kerja} &= 20 (\text{hari}) \times 800.000 \\ &= \text{Rp } 16.000.000\end{aligned}$$

Jadi total biaya tenaga kerja pedagang kilang non organik untuk delapan orang selama dua puluh hari yaitu sebesar Rp 16.000.000.

### Transportasi

Kapasitas muatan truk engkel sebesar 2.500 Kg

Kapasitas Gabah kilang sebesar 40.000 Kg

Biaya minyak transportasi 1 pengangkutan sebesar = Rp 400.000

Jadi =  $40.000 : 2.500 = 16$  kali pengangkutan

Total biaya transportasi =  $16 \times 400.000$

= Rp 6.400.000

Jadi total biaya transportasi yang dibutuhkan pedagang kilang non organik selama enam belas kali pengangkutan gabah dari lokasi lahan petani ke kilang sebesar Rp6.400.000.

### Pengemasan

Ukuran goni = 5 Kg, 10 Kg dan 30 Kg

Harga satuan goni ukuran 5 Kg = Rp 900

Harga satuan goni ukuran 10 Kg = Rp 1.200

Harga satuan goni ukuran 30 Kg = Rp 2.500

Jumlah gabah = 40.000

Penyusutan gabah(*marketing loss*) =  $40.000 - 3.600$  (penyusutan gabah)

Jumlah beras = 36.400

Kebutuhan goni = Jumlah beras : Kapasitas Goni

=  $36.400 : 5$  Kg

Jumlah goni yang di butuhkan = 7.280

biaya pengemasan goni ukuran 5 Kg = Jumlah goni x Harga satuan goni

=  $7.280 \times 900$

= Rp 6.552.000

Kebutuhan goni = Jumlah beras : Kapasitas Goni

=  $36.400 : 10$  Kg

Jumlah goni yang di butuhkan = 3.640

biaya pengemasan goni ukuran 10 Kg = Jumlah goni x Harga satuan goni

=  $3.640 \times 1.200$

= Rp 4.368.000



$$\begin{aligned}
 \text{Kebutuhan goni} &= \text{Jumlah beras} : \text{Kapasitas Goni} \\
 &= 36.400 : 30 \text{ Kg} \\
 \text{Jumlah goni yang di butuhkan} &= 1.213 \\
 \text{biaya pengemasan goni ukuran 10 Kg} &= \text{Jumlah goni} \times \text{Harga satuan goni} \\
 &= 1.213 \times 2.500 \\
 &= \text{Rp } 3.032.500
 \end{aligned}$$

Jadi total biaya pengemasan pedagang kilang non organik sebesar Rp 13.952.500

### Marketing Loss ( Penyusutan Gabah ) :

$$\begin{aligned}
 \text{Marketing loss} &= \frac{\text{kapasitas gabah kilang} \times \text{persenan susut bobot}}{100} \\
 &= \frac{40.000 \times 9}{100} \\
 &= 3.600
 \end{aligned}$$

### Minyak Penggilingan

Sekali penggilingan gabah sebesar 2.500 Kg, jadi  $40.000 : 2.500 \text{ Kg} = 16$  kali penggilingan dalam proses penggilingan gabah sebesar 2.500 Kg menghabiskan solar sebesar 30 liter.

$$\text{Harga solar} = \text{Rp } 7.000/\text{Liter}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya minyak penggiling} &= 7.000 \times 16 \times 30 \\
 &= \text{Rp } 3.360.000
 \end{aligned}$$

Jadi biaya minyak penggilingan gabah untuk 40.000 Kg gabah sebesar Rp3.360.000.

### Keuntungan Pedagang Kilang Organik dan Non Organik Per Musim Panen, Tahun 2022

Uraian	Beras organik	Beras non organik
Nilai Penjualan	592.242.000	385.840.000
Nilai Pembelian	302.165.500	220.000.000
Biaya Pemasaran	71.634.760	59.512.500
Keuntungan	218.441.740	106.327.500

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

**Lampiran 12. Biaya-biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Beras Non organik****Jumlah Rata-Rata Pembelian dan Penjualan Beras Non organik Pedagang Pengecer Per Satu Kali Musim Panen, Tahun 2022**

Uraian	Jumlah
Jumlah Pembelian (Kg)	3.600
Harga Beli (Rp/Kg)	10.600
Nilai Pembelian (Rp)	38.160.000
Harga Jual (Rp/Kg)	12.000
Nilai Penjualan (Rp)	43.200.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

**Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Non organik Per Satu Kali Musim Panen, Tahun 2022**

Uraian	Rp
Tenaga Kerja	3.600.000
Transportasi	800.000
Biaya Pemasaran	4.400.000

Sumber : Data primer diolah, 2022

**Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Non organik :****Tenaga Kerja**

Jumlah tenaga kerja = 2 orang

Upah = 60.000 / hari

Waktu kerja = 30 hari

Tenaga kerja = 2 x 60.000

= 120.000 / hari

Total Biaya Tenaga Kerja = 30 (hari) x 120.000

= Rp 3.600.000

Jadi total biaya tenaga kerja pedagang pengecer non organik untuk dua orang selama tiga puluh hari yaitu sebesar Rp 3.600.000.

**Transportasi**

Kapasitas muatan truk engkel sebesar 2.500 Kg

Kapasitas Beras sebesar 3.600 Kg

Biaya minyak transportasi 1 pengangkutan sebesar = Rp 400.000

Jadi =  $3.600 : 2.500 = 1,44 = 2$  kali pengangkutan

Total biaya transportasi =  $2 \times 400.000$

= Rp 800.000

Jadi total biaya transportasi yang dibutuhkan pedagang kilang non organik selama enam belas kali pengangkutan gabah dari lokasi lahan petani ke kilang sebesar Rp800.000.

### **Keuntungan Pedagang Pengecer Non organik Per Satu Musim Panen, Tahun 2022**

Uraian	Total (Rp)
Nilai penjualan	43.200.000
Nilai Pembelian	38.160.000
Biaya Pemasaran	4.400.000
Keuntungan	640.000

Sumber : Data primer diolah, 2022



**Lampiran 13. Identitas Responden Konsumen Beras Organik dan Non Organik**

Identitas Responden Konsumen Beras Organik								
No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Status	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Dimana Membeli Beras	Alamat
1	Maryati	Perempuan	46	Menikah	14.000	50	Kilang	Dusun VII B
2	Walsiah	Perempuan	50	Menikah	14.000	30	Kilang	Dusun VII A
3	Ramijen	Laki-laki	60	Menikah	14.000	60	Kilang	Dusun VII A
4	Rusmikhah	Perempuan	52	Menikah	14.000	70	Kilang	Dusun VII B
5	Amir	Laki-laki	58	Menikah	14.000	20	Kilang	Dusun VII A
6	Wanto	Laki-laki	45	Menikah	14.000	30	Kilang	Dusun VII A
7	Gial	Laki-laki	47	Menikah	14.000	20	Kilang	Dusun VII A
8	Ruhaidi	Laki-laki	47	Menikah	14.000	20	Kilang	Dusun VII A
9	Sri	Perempuan	42	Menikah	14.000	40	Kilang	Dusun VII B
10	Dian	Laki-laki	52	Menikah	14.000	50	Kilang	Dusun VII A

Identitas Responden Konsumen Beras An-organik								
No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Status	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg/Hari)	Dimana Membeli Beras	Alamat
1	Resmanto	Laki-Laki	48	Menikah	12.000	2	Pedagang Pengecer	Dusun VII B
2	Yuni	Perempuan	40	Menikah	12.000	3	Pedagang Pengecer	Dusun VII B
3	Misri	Perempuan	51	Menikah	12.000	2	Pedagang Pengecer	Dusun VII B
4	Rita	Perempuan	45	Menikah	12.000	2	Pedagang Pengecer	Dusun VII B
5	Jumini	Perempuan	55	Menikah	11.000	5	Pedagang Kilang	Dusun VII A
6	Rusminah	Perempuan	48	Menikah	12.000	3	Pedagang Pengecer	Dusun VII B
7	Nurbaiti	Perempuan	52	Menikah	12.000	3	Pedagang Pengecer	Dusun VII A
8	Khodijah	Perempuan	55	Menikah	12.000	2	Pedagang Pengecer	Dusun VII B
9	Darma	Perempuan	31	Menikah	12.000	2	Pedagang Pengecer	Dusun VII B
10	Novi	Perempuan	35	Menikah	11.000	5	Pedagang Kilang	Dusun VII A



## Lampiran 14. Dokumentasi Penelitian di Desa Karang Anyar



*Dokumentasi dengan Kepala Desa Karang Anyar*



*Wawancara dengan Petani Padi Organik*



*Wawancara dengan Petani Padi Non organik*



Wawancara dengan Pedagang Pengumpul Beras Organik dan Beras Non organik di Desa Karang Anyar





Wawancara dengan Pedagang Kilang Beras Organik di Desa Karang Anyar



Wawancara dengan Pedagang Kilang Beras Non organik di Desa Karang Anyar



Penyimpanan Beras Organik Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat



Kilang Non Organik di Desa Karang Anyar





*Beras Organik Kelompok Tani Mekar Pasar Kawat*



*Beras Non organik di Desa Karang Anyar*



## Lampiran 15. Lokasi Penelitian



*Lokasi Sawah Padi Organik Di Desa Karang Anyar*

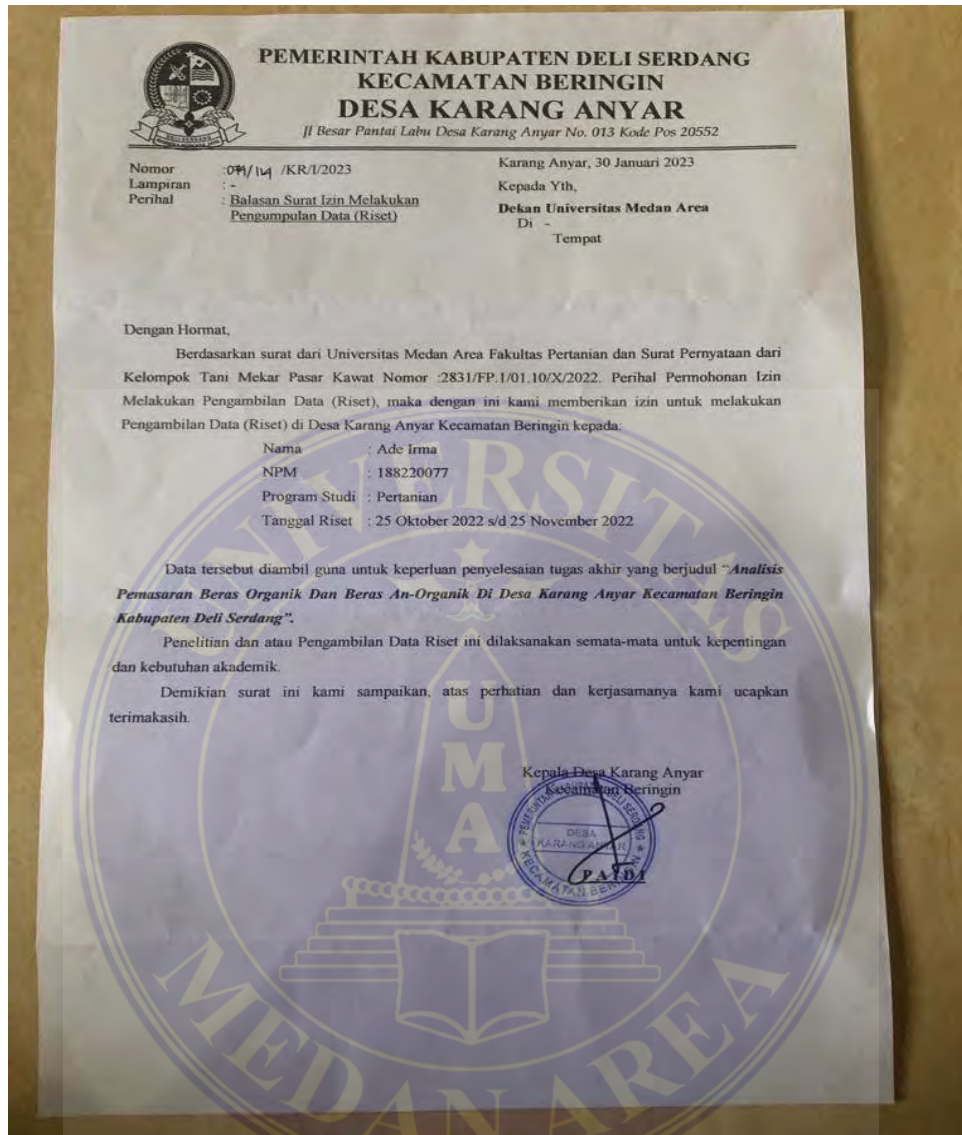


*Lokasi Sawah Padi Non organik di Desa Karang Anyar*

## Lampiran 16. Surat Pengantar Riset/Penelitian



## Lampiran 17. Surat Selesai Riset/Penelitian







**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document 137 Accepted 13/12/23

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/23