

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN BERAS
PADA KORPORASI PETANI PT TELANG AGRO MANDIRI
DI DESA TELANG SARI KECAMATAN TANJUNG LAGO
KABUPATEN BANYUASIN**

***ANALYSIS OF RICE MARKETING CHANNELS AND
EFFICIENCY IN PT TELANG AGRO MANDIRI FARMER
CORPORATION IN TELANG SARI VILLAGE, TANJUNG LAGO
SUB-DISTRICT, BANYUASIN DISTRICT***



**Muhammad Novriansyah
05011282025113**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

SUMMARY

MUHAMMAD NOVRIANSYAH. Analysis Of Rice Marketing Channels and Efficiency in PT Telang Agro Mandiri Farmer Corporation in Telang Sari Village, Tanjung Lago Sub-District, Banyuasin District (Supervised by **MUHAMMAD YAZID**).

The emergence of farmer corporations is a new phenomenon in the process of agricultural development in Indonesia. The establishment of farmer corporations will facilitate the emergence of professional farmers who prioritize profitability in the management and development of their agricultural businesses. This study used direct survey methodology to collect data at the designated research locations. The results of this study are (1) there are three institutions involved in rice marketing in PT TAM Farmer Corporations, namely industrial consumers, agents and PT TAM Farmer Corporations. (2) Channel I is a partnership pattern channel and channels II and III are non-partnership channels. The partnership pattern provides greater benefits to farmer members of the corporation. (3) Marketing Channel III is the channel with the highest efficiency from the farmers' point of view where the farmer's share value is 89.87%. While the profit and cost ratio of PT TAM Farmer Corporations found that marketing channel I earned a profit of IDR 413/kg, the highest when compared to other marketing channels (4) For alternative marketing, it was found that there were about 2 industrial consumer companies that would work with PT TAM Farmer Corporations starting next year, including PT JIVA and PT Belitang Panen Raya.

Keywords: farmer corporations, marketing, marketing efficiency, partnership patterns, rice

RINGKASAN

MUHAMMAD NOVRIANSYAH. Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras Pada Korporasi Petani PT Telang Agro Mandiri di Desa Telang Sari Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin (Dibimbing oleh **MUHAMMAD YAZID**).

Kemunculan Korporasi Petani merupakan fenomena baru dalam proses pembangunan pertanian di Indonesia. Pembentukan Korporasi Petani akan memfasilitasi munculnya petani-petani profesional yang mengedepankan profitabilitas dalam pengelolaan dan pengembangan usaha pertaniannya. Penelitian ini menggunakan metodologi survei langsung untuk mengumpulkan data di lokasi penelitian yang telah ditentukan. Hasil dari penelitian ini adalah (1) terdapat tiga lembaga yang terlibat dalam pemasaran beras di Korporasi Petani PT TAM, yaitu konsumen industri, agen, dan Korporasi Petani PT TAM. (2) Saluran I merupakan saluran pola kemitraan dan saluran II dan III merupakan saluran non kemitraan. Pola kemitraan memberikan keuntungan yang lebih besar kepada petani anggota korporasi. (3) Saluran Pemasaran III merupakan saluran dengan efisiensi tertinggi dari sisi petani dimana nilai *farmer's share* sebesar 89,87%. Sedangkan dari rasio keuntungan dan biaya Korporasi Petani PT TAM menemukan bahwa saluran pemasaran I memperoleh keuntungan sebesar Rp 413/kg, paling tinggi jika dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya (4) Untuk alternatif pemasaran, ditemukan ada sekitar 2 perusahaan konsumen industri yang akan bekerja sama dengan Korporasi Petani PT TAM mulai tahun depan, antara lain PT JIVA dan PT Belitang Panen Raya.

Kata kunci: beras, efisiensi pemasaran, korporasi petani, pemasaran, pola kemitraan

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN BERAS
PADA KORPORASI PETANI PT TELANG AGRO MANDIRI
DI DESA TELANG SARI KECAMATAN TANJUNG LAGO
KABUPATEN BANYUASIN**

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**



**Muhammad Novriansyah
05011282025113**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN BERAS
PADA KORPORASI PETANI PT TELANG AGRO MANDIRI
DI DESA TELANG SARI KECAMATAN TANJUNG LAGO
KABUPATEN BANYUASIN**

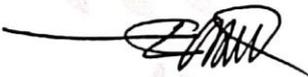
SKRIPSI

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:
Muhammad Novriansyah
05011282025113

Indralaya, Juli 2024

Pembimbing


Ir. Muhammad Yazid, M.Sc., Ph.D.
NIP. 196205101988031002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian Unsri

Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 196412291990011001



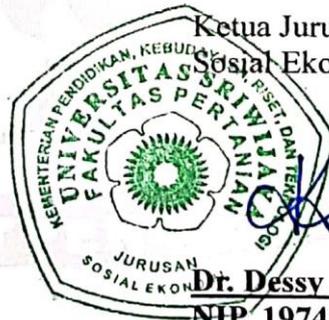
Skripsi dengan judul “ Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras Pada Korporasi Petani PT Telang Agro Mandiri di Desa Telang Sari Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin” oleh Muhammad Novriansyah telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 21 Mei 2024 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|--|------------|--|
| 1. Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP. 198112222003122001 | Ketua | (.....
<i>Aryani</i>) |
| 2. M. Huanza, S.P., M.Si.
NIP. 199410272022031010 | Sekretaris | (.....
<i>Huanza</i>) |
| 3. Dr. Riswani, S.P., M.Si
NIP. 197006171995122001 | Penguji | (.....
<i>Riswani</i>) |
| 4. Ir. Muhammad Yazid, M.Sc., Ph.D.
NIP. 196205101988031002 | Pembimbing | (.....
<i>Muhammad Yazid</i>) |

Indralaya, Juli 2024

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Novriansyah

NIM : 05011282025113

Judul : Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras Pada Korporasi Petani PT
Telang Agro Mandiri di Desa Telang Sari Kecamatan Tanjung Lago
Kabupaten Banyuasin

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juli 2024



Muhammad Novriansyah

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Novriansyah sebagai penulis skripsi ini dilahirkan pada tanggal 18 November 2000 di Kota Palembang. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Aminuddin dan Fatimah. Penulis mengawali pendidikan dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) di TK Al-Kautsar Palembang dan lulus pada tahun 2005. Menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 137 Palembang pada tahun 2012. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 52 Palembang dan lulus pada tahun 2015. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA LTI IGM Palembang dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2020, penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya melalui jalur tes (SBMPTN) di Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras Pada Korporasi Petani PT Telang Agro Mandiri di Desa Telang Sari Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin. Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, Bapak Aminuddin dan Ibu Fatimah yang telah mendukung setiap langkah penulis di setiap lini kehidupan. Serta terima kasih juga yang sebesar-besarnya kepada Bapak Muhammad Yazid, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang perlu disempurnakan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Indralaya, Juli 2024

Muhammad Novriansyah

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan	3
1.4. Kegunaan	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1. Konsepsi Beras	5
2.2. Konsepsi Korporasi Petani.....	5
2.3. Konsepsi Pemasaran.....	6
2.4. Konsepsi Pola Kemitraan	6
2.5. Konsepsi Saluran Pemasaran.....	7
2.6. Konsepsi Margin Pemasaran.....	8
2.7. Konsepsi <i>Farmer's Share</i>	8
2.8. Konsepsi Rasio Keuntungan dan Biaya.....	9
2.9. Konsepsi Lembaga Pemasaran.....	9
2.10. Konsepsi Efisiensi Pemasaran.....	9
2.11. Model Pendekatan.....	10
2.12. Hipotesis	11
2.13. Batasan Operasional	12
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	14
3.1. Waktu dan Tempat Penelitia.....	14
3.2. Metode Penelitian.....	14
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	14
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	15
3.5. Metode Pengolahan Data.....	15

	Halaman
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1. Keadaan Umum Daerah	17
4.1.1. Batas Wilayah Administrasi.....	17
4.1.2. Letak Geografi dan Topografi Wilayah.....	17
4.1.3 Tanah dan Iklim Wilayah.....	18
4.2. Profil Korporasi Petani PT TAM	18
4.3. Struktur Organisasi PT TAM.....	19
4.4. Peran Komisaris dari Dinas Pertanian.....	20
4.4.1. Keterlibatan dalam Diskusi Strategis.....	20
4.4.2. Menghubungkan Petani dengan Pemerintah.....	21
4.5. Karakteristik Responden	21
4.6. Keadaan Usaha Tani Petani Anggota PT TAM.....	23
4.6.1. Lahan Usaha Tani	23
4.7. Permasalahan Dalam Kegiatan Pemasaran	23
4.7.1. Layanan Pembeli dan Harga	24
4.7.2. Jumlah Produksi dan Kualitas Gabah.....	25
4.8. Identifikasi Pola Saluran Pemasaran Beras	25
4.8.1. Saluran Pemasaran I	26
4.8.2. Saluran Pemasaran II.....	27
4.8.3. Saluran Pemasaran III.....	28
4.9. Analisis Marjin Pemasaran.....	29
4.10. Analisis <i>Farmer's Share</i>	30
4.11. Biaya Pemasaran Korporasi Petani.....	31
4.12. Analisis Rasio dan Keuntungan Biaya.....	31
4.13. Potensi dan Alternatif Pemasaran Hasil.....	32
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	34
4.1. Kesimpulan	34
4.1.1 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Petani Anggota PT TAM	22
Tabel 4.2. Lahan Usaha Tani Petani Anggota PT TAM.....	23
Tabel 4.3. Permasalahan dalam Kegiatan Pemasaran.....	24
Tabel 4.4. Marjin Pemasaran Saluran I.....	29
Tabel 4.5. Marjin Pemasaran Saluran II.....	30
Tabel 4.6. Marjin Pemasaran Saluran III	30
Tabel 4.7. <i>Farmer's Share</i> Setiap Saluran Pemasaran.....	31
Tabel 4.8. Biaya Pemasaran Korporasi Petani PT TAM.....	31
Tabel 4.9. Rasio Keuntungan dan Biaya Korporasi Petani PT TAM.....	32

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Pola Saluran Pemasaran.....	7
Gambar 2.2. Model Pendekatan.....	10
Gambar 2.3. Pola Pemasaran Padi yang Dijalankan oleh PT TAM.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Administrasi Kecamatan Tanjung Lago	39
Lampiran 2. Logo Korporasi Petani PT TAM.....	40
Lampiran 3. Data Penjualan GKP Petani Anggota PT TAM.....	41
Lampiran 4. Data Penjualan Korporasi Petani PT TAM.....	43
Lampiran 5. Biaya Pemasaran Korporasi Petani PT TAM.....	44
Lampiran 6. Struktur Organisasi Korporasi Petani PT TAM.....	45
Lampiran 7. Penulis Bersama Direktur Utama PT TAM.....	46
Lampiran 8. Wawancara Bersama Direktur Pemasaran PT TAM.....	47
Lampiran 9. Wawancara Bersama Petani Anggota PT TAM.....	48
Lampiran 10. Penulis di Lahan Petani Anggota PT TAM.....	49

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beras adalah makanan pangan yang sangat membantu dalam perekonomian negara. Beras memainkan peran strategis yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi dan dalam memasok kebutuhan paling dasar bagi warga negara. Konsumsi beras di Indonesia, sebagai komoditas pangan utama menunjukkan tren kenaikan yang konsisten seiring dengan pertumbuhan populasi. Selain itu, peralihan dari makanan pokok non-beras seperti sagu dan jagung ke beras di wilayah timur Indonesia memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan konsumsi dan permintaan beras domestik. Namun demikian, pemerataan distribusi beras sebagai bahan makanan pokok saat ini masih menjadi masalah. Oleh sebab itu inisiatif untuk meningkatkan produksi lokal menjadi sangat penting guna memastikan ketahanan pangan di negara ini. (Saragih *et al.*, 2017).

Salah satu cara untuk memastikan kecukupan pangan adalah melalui program *food estate*, yang dirancang berdasarkan konsep pertanian atau perkebunan. Program ini mencakup produksi bahan pangan seperti hasil pertanian, tanaman, dan ternak, dengan fokus utama pada makanan pokok (Santosa, 2015). Ketahanan pangan mencakup berbagai dimensi yang saling berhubungan, seperti konsep kemandirian, kedaulatan, dan keamanan pangan. Penyertaan *food estate* ke dalam PP Nomor 109 Tahun 2020 mengakui program ini sebagai Program Strategis Nasional (PSN). UU Cipta Kerja juga menegaskan kewajiban Menteri/Kepala Lembaga, Gubernur, serta Bupati/Walikota untuk menyediakan persyaratan izin dan non-izin, termasuk layanan, fasilitas fisik, serta data dan informasi terkait. Tujuannya adalah untuk memperlancar proses pengadaan tanah yang diperlukan untuk pembangunan *food estate*. Hal ini termasuk alokasi lahan masyarakat adat dan masyarakat lokal untuk pelaksanaan program ini. (Baringbing, 2021)

Kemunculan Korporasi Petani merupakan perkembangan baru dalam pembangunan sektor pertanian di Indonesia. Penerapan ide dan inovasi ini direncanakan untuk diperluas ke seluruh Indonesia melalui Peraturan Menteri Pertanian No. 18 tahun 2018, yang mengatur tentang pengembangan kawasan

pertanian berbasis Korporasi Petani (Kementan, 2018). Dengan pembentukan Korporasi Petani, diharapkan akan mendorong munculnya petani yang berprofesi dan fokus pada aspek profitabilitas dalam pengelolaan dan pengembangan usaha pertanian mereka. Peran penting lembaga ini semakin diakui, terutama dalam upaya meningkatkan motivasi dan profesionalisme para petani. Meskipun lembaga-lembaga petani seperti kelompok tani, gabungan kelompok tani, dan koperasi pertanian telah lama berperan sentral dalam pertumbuhan pertanian, namun belum secara optimal meningkatkan kekuatan tawar petani. Sampai saat ini, baik petani individu maupun yang berkolaborasi dalam kerangka kelembagaan masih menghadapi keterbatasan kapasitas untuk melakukan negosiasi yang efektif. Demikian pula, fenomena ini terus berlanjut dalam konteks peningkatan produksi, di mana kemajuannya tetap lamban dan tidak signifikan. (Jannah *et al.*, 2022)

Petani adalah pemain kunci dalam rantai pasokan beras. Meskipun begitu, seringkali mereka menghadapi berbagai permasalahan dalam memasarkan beras mereka. Masalah ini bisa mencakup aspek seperti akses ke pasar yang terbatas, harga pasar di tingkat petani rendah, lemahnya petani dalam penentuan harga, atau kendala dalam hal distribusi. Banyak entitas, baik yang berorientasi pada laba maupun nirlaba, berperan dalam pemasaran dan distribusi produk pertanian kepada pelanggan sebagai bagian dari sistem pemasaran sektor pertanian. Petani perlu mempertimbangkan jalur distribusi ketika mereka mengirimkan produk pertanian karena jalur distribusi berperan sebagai penghubung antara petani sebagai produsen dan konsumen sebagai pengguna akhir. Hal ini sangat krusial karena pemilihan jalur distribusi yang tepat dapat memastikan produk pertanian mencapai konsumen dengan efisien dan menguntungkan semua pihak yang terlibat. (Nurhayati *et al.*, 2020).

PT Telang Agro Mandiri adalah salah satu Korporasi Petani yang terletak di Desa Telang Sari, Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin. Program ini dimulai sebagai sebuah inisiatif untuk membantu kelompok-kelompok tani besar dan menyediakan kelompok-kelompok tani ini dengan manajemen, aplikasi, teknik produksi dan pengolahan yang mutakhir, tentu saja dengan penguatan dari hulu ke hilir, dengan harapan petani Indonesia pada akhirnya akan menerima manfaat yang lebih besar. Diharapkan PT Telang Agro Mandiri akan bertindak sebagai juru bicara

atau perpanjangan tangan petani dalam kewirausahaan bersama di bidang pertanian, khususnya untuk komoditas beras dan usaha lingkungan.

Untuk menentukan apa saja permasalahan pemasaran dan potensi pemasaran produksi beras di Korporasi Petani sebagai panduan untuk mempertahankan atau mengubah strategi pemasaran produk, maka dalam hal ini analisis pemasaran beras perlu dilakukan. Hal ini akan meningkatkan efektivitas dan profitabilitas sistem pemasaran. Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk meneliti Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras Pada Korporasi Petani (PT Telang Agro Mandiri) di Desa Telang Sari Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Apa permasalahan pemasaran yang dihadapi petani anggota Korporasi Petani?
2. Bagaimana pola saluran dan efisiensi pemasaran hasil yang dapat dilakukan oleh Korporasi Petani?
3. Bagaimana potensi dan alternatif pemasaran hasil yang dapat dilakukan oleh Korporasi Petani?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi permasalahan pemasaran hasil yang dihadapi petani anggota Korporasi Petani
2. Menganalisis pola saluran dan efisiensi pemasaran hasil yang terdapat pada Korporasi Petani
3. Menganalisis potensi dan alternatif pemasaran hasil yang dapat dilakukan oleh Korporasi Petani

1.4. Kegunaan Penelitian

Berikut ini adalah manfaat dari pelaksanaan penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah disebutkan di atas:

1. Sebagai sumber pengetahuan bagi semua pihak yang berkepentingan pada penjualan dan pemasaran beras di PT Telang Agro Mandiri atau di tempat lain.
2. Sebagai panduan bagi strategi pemasaran beras PT Telang Agro Mandiri.
3. Sebagai sumber literatur bagi para peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A. S., & Khoerudin, M. H. 2019. Analisis Usahatani dan Pemasaran Beras Pandanwangi (Studi Kasus di Kelompok Tani Bangkit Desa Babakan Karet Kecamatan Cianjur Kabupaten Cianjur). *Agroscience (Agsci)*, 9(2): 153.
- Andriani, M., Salam, I., & Yusria, W. O. 2018. Analisis Pemasaran Beras di Desa Ameroro Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe. *Jurnal Ilmiah Agribisnis (Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian)*, 3(2): 26–29
- Apriyanti, I., & Ramadhani, J. 2018. Strategi Pemasaran Kelapa Sawit Melalui Pendekatan Analisis *Structure Conduct and Performance* (Scp) di Kabupaten Simalungun. *Journal Of Agribusiness Sciences*, 2(1): 9–17.
- Arbi, M., Thirtawati, T., & Junaidi, Y. 2018. Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 11(1): 22.
- Azmie, U., Dewi, R. K., & Sarjana, I. D. G. R. 2019. Pola Kemitraan Agribisnis Tebu Di Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(2): 119–130.
- Baringbing, M. S. 2021. Problematika Lingkungan Terhadap Regulasi *Food Estate* Sebagai Program Strategis Nasional di Desa Gunung Mas & Pulang Pisau Kalimantan Tengah. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 7(1): 353–366.
- Cahyanum, M. N., Siregar, R.S 2018. Analisis Saluran Pemasaran Okra di Kecamatan Medan Kota. *Jurnal Agriuma* 1 (1): 21-32
- Jannah, E. M., Permana, D., Warman, R., Daniel, M., Riset, B., & Nasional, I. 2022. *Analysis of the Role of Corporate Farmers in Agricultural Area Development. Jurnal Pertanian Agros*, 24(3), 2022.
- Kementerian Pertanian. 2019. *Grand design pengembangan Korporasi Petani sebagai penggerak ekonomi kawasan pertanian untuk kesejahteraan petani.*
- Marlina, M., Setyono, S., & Mulyaningsih, Y. 2017. Pengaruh Umur Bibit dan Jumlah Bibit Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Panen Padi Sawah (*Oryza Sativa*) Varietas Ciherang. *Jurnal Pertanian*, 8(1): 26.
- Nurhayati, R., Husaini, M., & Rosni, M. 2020. Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras di Desa Berangas Kecamatan Pulau Laut Timur Kabupaten Kotabaru. *Frontier Agribisnis*, 4(3): 76–81.
- Pramutoko, B. 2020. Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2): 26.

- Putri, R. K., Nurmalina, R., & Burhanuddin, B. 2018. Analisis Efisiensi dan Faktor yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1): 109.
- Santosa, E. 2015. Percepatan Pengembangan *Food Estate* Untuk Meningkatkan Ketahanan Dan Kemandirian Pangan Nasional. Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan: *Rumusan Kajian Strategis Bidang Pertanian dan Lingkungan*, 1(2): 80.
- Saputra, I. K., Bafadal, A., & Aida, S. 2019. Analisis Nilai Tambah Pengolahan Gabah Menjadi Beras Desa Tampabulu Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 4(3): 66–70.
- Saragih, A. E., Tinaprilla, N., & Rifin, A. 2017. Rantai Pasok Produk Beras di Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 14(3): 218–229.
- Sudana, I. W. 2015. Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2): 19700916.
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Suminartika E, Djuanalina I. 2017. Efisiensi Pemasaran Beras Di Kabupaten Ciamis Dan Jawa Barat. *Mimb AGRIBISNIS J Pemikir Masy Ilm Berwawasan Agribisnis*. 3(1):13.
- Syahputra, B. S. A., & Tarigan, R. R. A. 2019. Efektivitas Waktu Aplikasi Pbz Terhadap Pertumbuhan Vegetatif Tanaman Padi Dengan Sistem Integrasi Padi – Kelapa Sawit. *Agrium*, 22(2): 123–127.
- Widiastuti, N., & Harisudin, M. 2013. Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan. *Jurnal SEPA*, 9(2): 231–240.
- Widi, R. H., Karyani, T., Hapsari, H., Trimo, L., & Hartoyo, T. 2020. Persepsi Petani Padi Sawah Terhadap Pola Kemitraan Dengan Badan Usaha Milik Rakyat (BUMR) Pangan. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2): 575–587.