

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN DAN STRATEGI PEMASARAN BERAS
ORGANIK DI DESA SUMBER SUKO KECAMATAN
BELITANG KABUPATEN OGAN KOMERING ULU TIMUR**

***ANALYSIS CHANNEL AND MARKETING STRATEGY OF
ORGANIC RICE IN SUMBER SUKO VILLAGE BELITANG
DISTRICT OGAN KOMERING ULU TIMUR REGENCY***



Putri Pingki Amelia
05011282126093

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SUMMARY

PUTRI PINGKI AMELIA. Analysis Channel And Marketing Strategy Of Organic Rice In Sumber Suko Village Belitang District Ogan Komering Ulu Timur Regency. Supervised by **DESI ARYANI**).

Organic rice is one of the leading commodities in a sustainable agricultural system because it does not use chemical fertilizers and pesticides. However, organic rice marketing still faces various challenges, such as large marketing margins, price imbalances between farmers and consumers, and long distribution chains. This study aims to: (1) to analyze the marketing channels of organic rice in Sumber Suko Village, Belitang District, OKU Timur Regency, (2) to calculate the amount of organic rice marketing margin in Sumber Suko Village, Belitang District, OKU Timur Regency, (3) to analyze the marketing strategy of organic rice in Sumber Suko Village, Belitang District, OKU Timur Regency. This research was conducted in Sumber Suko Village, Belitang Subdistrict, OKU Timur Regency in November 2024. The research methods used were survey method, questionnaires and interviews to each respondent. The sampling method used in this study was the census and snowball sampling method. Data collection was carried out through the interview method with the help of questionnaires and field observations. Respondents in this study amounted to 7 people. The data were analyzed using tabulation and then mathematically calculated using Microsoft Excel software and explained descriptively and using SWOT analysis. The results showed that there were three patterns of organic rice marketing channels in Sumber Suko Village, Belitang District, East Ogan Komering Ulu Regency, namely marketing channel I (farmer-consumer), marketing channel II (farmer-Gapoktan-consumer), and marketing channel III (farmer-collecting trader-consumer). Marketing channel I has no marketing institutions, farmers share 100%, efficiency 0,00%. Marketing channel II has a marketing margin of Rp4.000 per kilogram, farmers share 77,78%, efficiency 5,94%. Marketing channel III has a marketing margin of Rp6.000 per kilogram, farmers share 70%, efficiency 4,50%. The results of the IFE matrix analysis show that the internal conditions are in a strong position with a total score of 3,29 while the EFE matrix obtained a total score of 3,21. Based on SWOT analysis, it is in quadrant I which supports the implementation of aggressive strategies. In this quadrant, the strategy that can be carried out is to maximize strengths and take advantage of existing opportunities.

Keyword: marketing channels, marketing margin, organic rice, swot analysis

RINGKASAN

PUTRI PINGKI AMELIA. Analisis Saluran Dan Strategi Pemasaran Beras Organik Di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. (Dibimbing oleh **DESI ARYANI**).

Beras organik merupakan salah satu komoditas unggulan dalam sistem pertanian berkelanjutan karena tidak menggunakan pupuk dan pestisida kimia. Namun, pemasaran beras organik masih menghadapi berbagai tantangan, seperti margin pemasaran yang besar, ketidakseimbangan harga antara petani dan konsumen, dan rantai distribusi yang panjang. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis saluran pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang, (2) menghitung besarnya margin pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang, (3) menganalisis strategi pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sumber Suko, Kecamatan Belitang, Kabupaten OKU Timur pada bulan November 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, kuesioner dan wawancara kepada setiap responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus dan snowball sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara dengan bantuan kuesioner dan observasi lapangan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 7 orang.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga pola saluran pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko, yaitu saluran pemasaran I (petani-konsumen), saluran pemasaran II (petani-Gapoktan-konsumen), dan saluran pemasaran III (petani-perdagangan pengumpul-konsumen). Saluran pemasaran I tidak memiliki lembaga pemasaran, *farmers share* 100%, efisiensi 0,00%. Saluran pemasaran II memiliki margin pemasaran Rp4.000 per kilogram, *farmers share* 77,78%, efisiensi 5,94%. Saluran pemasaran III memiliki margin pemasaran Rp6.000 per kilogram, *farmers share* 70%, efisiensi 4,50%. Hasil analisis matriks IFE menunjukkan bahwa kondisi internal berada pada posisi kuat dengan total skor 3,29 sedangkan matriks EFE memperoleh total skor 3,21. Berdasarkan analisis SWOT berada pada kuadran I yang mendukung penerapan strategi agresif. Pada kuadran ini, strategi yang dapat dilakukan adalah memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Kata kunci: analisis swot, margin pemasaran, saluran pemasaran

SKRIPSI

ANALISIS SALURAN DAN STRATEGI PEMASARAN BERAS ORGANIK DI DESA SUMBER SUKO KECAMATAN BELITANG KABUPATEN OGAN KOMERING ULU TIMUR

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**



**Putri Pingki Amelia
05011282126093**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

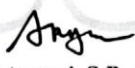
**ANALISIS SALURAN DAN STRATEGI PEMASARAN BERAS
ORGANIK DI DESA SUMBER SUKO KECAMATAN
BELITANG KABUPATEN OGAN KOMERING ULU TIMUR**

SKRIPSI

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

Oleh:
Putri Pingki Amelia
05011282126093

Indralaya, April 2025
Pembimbing


Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP. 1981122220031220001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian Unsri




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

Skripsi dengan judul "Analisis Saluran dan Strategi Pemasaran Beras Organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur" oleh Putri Pingki Amelia telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 18 Maret 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si.
NIP. 197807042008122001

Ketua

(.....)

2. Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si.
NIP. 197810152001122001

Penguji

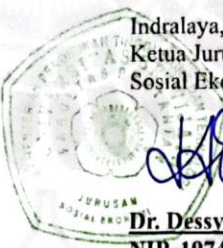
(.....)

3. Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP. 198112222003122001

Pembimbing

(.....)

Indralaya, April 2025
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian


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

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Pingki Amelia

Nim : 05011282126093

Judul : Analisis Saluran dan Strategi Pemasaran Beras Organik di Desa Sumber
Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur

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

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



Indralaya, April 2025



Putri Pingki Amelia

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Putri Pingki Amelia dilahirkan pada tanggal 25 Maret 2003 di Oku Timur. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Katino dan Almh. Ibu Sri Lestari. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Adik pertama penulis Desta Ardan Syahputra dan adik kedua Havizah. Kedua orang tua penulis berkerja sebagai Wiraswasta/Petani. Alamat rumah penulis berada di Desa Gedung Rejo, Kecamatan Belitang, BK 9, Kabupaten OKU Timur.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SDN Gedung Rejo pada tahun 2015. Selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah tingkat pertama di SMP Negeri 2 Belitang pada tahun 2018. Dan menyelesaikan sekolah menengah tingkat atas di MAN 1 OKU Timur pada tahun 2021. Setelah lulus SMA, Penulis langsung melanjutkan Pendidikan ke jenjang perkuliahan, Pada tahun 2021, penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Penulis aktif dalam organisasi yang ada di kampus. Penulis pernah menjadi staf Sosial Masyarakat HIMASEPERTA (Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian) FP UNSRI.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT, karna berkat rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “Analisis Saluran dan Strategi Pemasaran Beras Organik Di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur”. Pada saat penulisan Skripsi ini penulis menyadari banyak yang telah membantu memberi bimbingan, arahan dan do'a untuk penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Sang Maha Pencipta, Allah SWT atas berkat nikmat sehat dan kelancarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini secara baik.
2. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. selaku ketua jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Desi Aryani, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran dan masukan dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
4. Terima kasih cinta pertamaku yang tak terhingga untuk Ayah tercinta, atas doa, kerja keras, dan keteguhan hati yang selalu menjadi kekuatan dalam setiap langkah. Ayah adalah sosok yang tak banyak bicara, tetapi selalu hadir dalam bentuk dukungan nyata. Kehadiran Ayah yang penuh kesabaran dan keteguhan hati menjadi sumber kekuatan terbesar dalam menyelesaikan perjalanan ini.
5. Kepada almarhumah Ibu tersayang, terima kasih atas segala cinta, didikan, dan pelukan hangat yang hingga kini masih terasa. Meski raga ibu telah tiada, setiap langkah dalam proses ini selalu ditemani oleh kenangan. Doa-doa ini selalu menyebut namamu, dan segala pencapaian ini tak lepas dari kasih sayang serta pengorbanan yang Ibu curahkan semasa hidup. Semoga Ibu bangga dan tersenyum melihat pencapaian ini dari tempat terbaik di sisi-Nya.
6. Seluruh staff akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik di indralaya maupun Palembang yang telah bersedia membantu penulis mengurus berkas selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi

7. Kepada teman-teman satu dosen pembimbing akademik yang telah mendukung penulis agar dapat menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Gapoktan Sumber Makmur Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang yaitu Bapak Abdul Qodir yang membantu mengumpulkan data-data penelitian sehingga dapat menyelesaikan hasil penelitian dan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk Geng Girl Talks, geng kekar kebanggaan yang selalu hadir di segala suasana—yang isinya penuh dengan canda tawa receh, Terima kasih sudah jadi tempat cerita yang aman, tempat healing yang murah meriah, sekaligus support system paling solid meskipun sering chaos. Kalian bukan cuma sahabat, tapi juga bagian penting dari perjalanan ini. Tetap jadi geng kekar yang kuat, lucu, dan penuh cinta, ya. Dunia boleh berubah, tapi Girl Talks tetap nomor satu di hati!.
10. Terima kasih juga untuk EXO, yang selalu bisa bikin hati tenang dan semangat balik lagi di tengah pusingnya ngerjain skripsi. Lewat lagu-lagu mereka, tawa mereka, dan semua hal tentang mereka, aku merasa ditemani walau dari jauh. Mereka tidak kenal aku, tapi kehadiran mereka bener-bener berarti. Terima kasih udah jadi pelarian yang nyaman, penyemangat saat capek, dan sumber senyum di hari-hari yang berat. We are one! EXO saranghaja!.
11. Kepada seluruh pihak yang membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu yang memberikan doa, dukungan serta semangat dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat pengetahuan dan kemampuan penulis terbatas. Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi teman-teman lain yang membacanya.

Indralaya, April 2025

Putri Pingki Amelia

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.1.1. Konsepsi Usahatani Padi Organik.....	6
2.1.2. Konsepsi Beras Organik.....	8
2.1.3. Konsepsi Pemasaran.....	9
2.1.4. Konsepsi Saluran Pemasaran	9
2.1.5. Konsepsi Lembaga Pemasaran	11
2.1.6. Konsepsi Biaya Pemasaran	12
2.1.7. Konsepsi Keuntungan Pemasaran.....	13
2.1.8. Konsepsi Margin Pemasaran.....	13
2.1.9. Konsepsi <i>Farmer's Share</i>	14
2.1.10. Konsepsi Efisiensi Pemasaran.....	15
2.1.11. Strategi Pemasaran	16
2.1.12. Analisis SWOT	17
2.2. Model Pendekatan.....	19
2.3. Hipotesis.....	20
2.4. Batasan Operasional.....	23
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian	25
3.2. Metode Penelitian.....	25
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	25

	Halaman
3.4. Metode Pengumpulan Data	26
3.5. Metode Pengolahan Data	26
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Keadaan Umum Daerah	34
4.1.1. Letak Dan Batas Wilayah.....	34
4.1.2. Keadaan Penduduk.....	34
4.1.3. Sarana Dan Prasarana.....	35
4.1.4. Gambaran Penerapan Budidaya Padi Organik di Desa Sumber Suko.....	36
4.2. Karakteristik Petani Contoh	37
4.2.1. Usia Petani	37
4.2.2. Tingkat Pendidikan	38
4.2.3. Jumlah Anggota Rumah Tangga.....	38
4.2.4. Status Kepemilikan Lahan	39
4.2.5. Luas Lahan	39
4.3. Karakteristik Lembaga Pemasaran.....	40
4.3.1. Gapoktan	40
4.3.2. Pedagang Pengumpul	41
4.4. Saluran Pemasaran Padi Organik di Desa Sumber Suko	42
4.4.1. Saluran Pemasaran I.....	43
4.4.2. Saluran Pemasaran II	44
4.4.3. Saluran Pemasaran III	44
4.5. Analisis Margin Pemasaran.....	45
4.5.1. Margin Pemasaran.....	45
4.5.2. Keuntungan Pemasaran.....	46
4.5.3. Analisis Farmers Share	47
4.5.4. Efisiensi Pemasaran	48
4.6. Analisis Strategi Pemasaran Beras Organik.....	49
4.6.1. Faktor Internal	50
4.6.2. Faktor Eksternal	54
4.6.3. Analisis Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i>	56

	Halaman
4.6.4. Analisis Matriks <i>External Factor Evaluation</i>	57
4.6.5. Hasil Analisis Kuadran SWOT	58
4.6.6. Hasil Analisis Matriks SWOT	61
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Luas Lahan Padi Organik di Desa yang ada di Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur	3
Tabel 3.1. Sampel Penelitian.....	26
Tabel 3.2. Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	29
Tabel 3.3. Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	29
Tabel 3.4. Matriks SWOT	32
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2. Sarana Dan Prasarana.....	35
Tabel 4.3. Usia Petani Sampel	37
Tabel 4.4. Pendidikan Petani Contoh.....	38
Tabel 4.5. Jumlah Tanggungan Anggota Rumah tangga Petani Sampel	38
Tabel 4.6. Status Kepemilikan Lahan Padi Organik	39
Tabel 4.7. Luas Lahan Garapan Petani Contoh.....	40
Tabel 4.8. Karakteristik Gapoktan Sumber Makmur	41
Tabel 4.9. Karakteristik Pedagang Pengumpul	42
Tabel 4.10. Margin pemasaran.....	45
Tabel 4.11. Keuntungan Pemasaran	46
Tabel 4.12. <i>Farmers Share</i>	48
Tabel 4. 13. Efisiensi Pemasaran	49
Tabel 4.14. Faktor-Faktor Komponen SWOT	50
Tabel 4.15. Hasil Analisis Matriks IFE.....	57
Tabel 4.16. Hasil Analisis Matriks EFE	58
Tabel 4.17. Nilai Titik Koordinat X.....	58
Tabel 4.18. Nilai Titik Koordinat Y	60
Tabel 4.19. Hasil Analisis Matriks SWOT	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Diagramatik Model Pendekatan	18
Gambar 3.1. Analisis SWOT	30
Gambar 3.2. Matriks IE.....	31
Gambar 4.1. Skema Saluran Pemasaran	42
Gambar 4.2. Hasil Analisis Kuadran SWOT	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Desa Sumber Suko Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.....	71
Lampiran 2. Identitas Petani	72
Lampiran 3. Karakteristik Gapoktan.....	73
Lampiran 4. Karakteristik Pedagang Pengumpul.....	74
Lampiran 5. Margin Pemasaran	75
Lampiran 6. Nilai Farmers Share	76
Lampiran 7. Biaya Pemasaran.....	77
Lampiran 8. Keuntungan Pemasaran	78
Lampiran 9. Efisiensi Pemasaran.....	79
Lampiran 10. Rating Berdasarkan Kekuatan	80
Lampiran 11. Rating Berdasarkan Kelemahan	81
Lampiran 12. Rating Berdasarkan Peluang.....	82
Lampiran 13. Rating Berdasarkan Ancaman.....	83
Lampiran 14. Dokumentasi Penelitian.....	84
Lampiran 15. Sertifikasi Pertanian Organik.....	85

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian organik menjadi salah satu solusi untuk mengatasi dampak negatif terhadap lingkungan yang ditimbulkan oleh penggunaan bahan-bahan kimia sintetis. Selain itu, sistem ini juga menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin peduli terhadap konsumsi pangan sehat tanpa kandungan pestisida. Dibandingkan dengan pertanian anorganik, sistem pertanian organik memiliki peran yang lebih baik dalam menjaga kualitas tanah, serta merupakan alternatif pertanian yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Tinjung *et al*, 2014).

Salah satu komoditas yang sedang dikembangkan di sektor pertanian organik adalah padi organik, yang merupakan tanaman pangan yang dibudidayakan tanpa penggunaan pupuk dan pestisida kimia. Padi organik ini bebas dari residu bahan kimia berbahaya, sehingga lebih aman untuk dikonsumsi. Selain itu, keunggulan padi organik mencakup rasa nasi yang lebih empuk dan pulen, serta daya simpan yang lebih baik dibanding padi nonorganik. Dengan berbagai keunggulan ini, padi organik memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi daripada padi konvensional (Andoko, 2020).

Pada praktiknya, daya saing beras organik masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah ketimpangan harga antara petani dan konsumen. Petani biasanya hanya menerima sekitar Rp15.000 per kilogram untuk beras organik, sementara konsumen membayar sekitar Rp30.000 per kilogram. Begitu pula dengan harga gabah kering, yang di tingkat petani kurang dari Rp5.000 per kilogram, sedangkan di pasar mencapai lebih dari Rp7.000 per kilogram. Ketimpangan ini menunjukkan margin pemasaran yang besar, yang dikuasai oleh rantai pemasaran. Jika margin ini dapat dikurangi, petani akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari sisi pemasaran (Anastasius, 2019). Sedangkan menurut Fauziah *et al.*, (2021) harga jual beras organik di tingkat petani adalah sebesar Rp 14.800,-/kg. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga jual beras organik yang di tingkat petani cukup tinggi, namun tidak dibarengi dengan jumlah penjualan yang tinggi.

Fenomena perbedaan harga ini berkaitan dengan margin pemasaran, yang merupakan selisih antara harga yang diterima produsen atau petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Margin ini terjadi karena adanya biaya pemasaran, termasuk jasa yang diperlukan untuk memindahkan produk dari produsen ke konsumen akhir. Ada dua cara untuk memahami margin pemasaran: pertama, sebagai perbedaan nilai produk antara produsen dan konsumen, dan kedua, sebagai biaya yang timbul karena adanya permintaan jasa pemasaran. Efisiensi pemasaran menjadi penting, karena semakin efisien saluran pemasaran, semakin kecil perbedaan harga antara produsen dan konsumen (Putri *et al.*, 2022).

Strategi pemasaran yang dilakukan dalam menekan ketimpangan harga beras organik merupakan upaya penting untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan petani organik dan daya beli konsumen. Ketimpangan harga yang terjadi saat ini disebabkan oleh panjangnya rantai distribusi, kurangnya akses langsung petani ke pasar, dan terbatasnya informasi pasar yang dimiliki petani. Kondisi ini mengakibatkan harga padi organik di tingkat konsumen menjadi sangat tinggi, sementara petani tidak mendapatkan nilai tambah yang sepadan dengan usaha mereka dalam menerapkan sistem pertanian padi organik (Pratama, 2020). Sehingga strategi pemasaran yang sukses harus mampu menjamin bahwa konsumen mendapatkan hasil pertanian dengan biaya yang serendah mungkin, sementara semua pihak yang terlibat dalam proses produksi memperoleh bagian yang adil dari harga akhir yang dibayarkan konsumen (Rani *et al.*, 2019)

Pulau Sumatera, khususnya Provinsi Sumatera Selatan, merupakan daerah penghasil beras terbesar kedua setelah Pulau Jawa. Selain itu, wilayah ini sangat potensial untuk pengembangan sektor pertanian. Provinsi Sumatera Selatan termasuk salah satu provinsi di Indonesia yang menjalankan Program Lumbung Pangan Nasional, karena memiliki sumber daya lahan yang beragam dan berpotensi tinggi, seperti lahan sawah yang tergenang air, hujan deras mengguyur sawah, rawa-rawa yang mengalir, lahan basah, dan lahan kering. Kontribusi tahunan setiap kabupaten terhadap produksi beras tidak lepas dari besarnya produksi beras di Provinsi Sumatera Selatan (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan, 2022).

Provinsi Sumatera Selatan memiliki salah satu daerah yang merupakan penghasil beras dan dapat menunjang petani untuk memproduksi padi adalah

Kabupaten OKU Timur. Kabupaten tersebut juga terkenal sebagai salah satu daerah yang maju dan juga terdapat Desa yang membudidayakan padi organik, dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Luas Lahan Padi Organik Di Desa yang Ada Di Kecamatan Belitang Kabupaten Oku Timur, 2017

No	Kecamatan/Desa	Luas Lahan (Ha)	Produksi Padi Organik (Ton)	Produktivitas Padi Organik (%)
1.	Belitang III Karang Sari	10,00	75,00	7,50
2.	Belitang Sukosari	25,00	150,00	6,00
	Triyoso	11,56	69,36	6,00
	Sumber Suko	29,87	179,22	6,00
3.	Belitang II Tegal Sari	26,00	117,00	4,50
	Sri Jaya	5,00	22,50	4,50
	Kelirejo	5,00	22,50	4,50
	Batu Mas	5,00	22,50	4,50
	Sumber Jaya	5,00	22,50	4,50
4.	Semendawai Suku III Trimorejo	4,00	26,00	6,50
	Jaya Mulya	11,50	74,75	6,50
5.	Buay Madang Timur Liman Sari	10,00	65,00	6,50
	Bangun Harjo	5,00	32,50	6,50
	Srikaton	2,00	13,00	6,50
	Kumpul Rejo	1,00	6,50	6,50
	Sumber Mulyo	1,00	6,50	6,50
	Tanjung Mas	1,00	6,50	6,50
	Suko Dadi	2,00	13,00	6,50
	Suko Harjo	15,00	97,50	6,50
	Tanjung Mulya	10,00	65,00	6,50
6.	Semendawai Timur Karang	12,00	78,00	6,50
	Menjangan			
7.	Buay Madang Muda Sentosa	10,00	65,00	6,50
	Tebat Jaya	25,00	162,50	6,50
Jumlah		231,93	1.392,33	145,50

Gapatutungan (2018)

Merujuk pada Tabel 1.1, pada Tahun 2017 Desa Sumber Suko di Kecamatan Belitang memiliki luas lahan terbesar dibandingkan desa-desa lain penghasil padi

organik di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, yaitu seluas 29,87 hektar per tahun kemudian produksi padi organik sebanyak 179,22 ton/tahun serta produktivitas padi organik di desa ini sebesar 6,00%. Padi organik yang ada di Desa Sumber Suko dikelola oleh gapoktan sumber makmur, dimana desa ini sudah mendapat sertifikasi mengenai kualitas padi organik.

Salah satu kendala dalam pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko, Kecamatan Belitang adalah terbatasnya akses pasar untuk mendistribusikan produk tersebut, sehingga mereka bergantung pada lembaga pemasaran, sehingga menyebabkan margin pemasaran yang besar dan berpotensi mengurangi bagian harga yang diterima petani. Dalam mengembangkan potensi beras organik di Desa Sumber Suko diperlukan beberapa analisis, analisis tersebut mencakup bentuk saluran pemasaran, margin pemasaran, tingkat efisiensi pemasaran, serta strategi pemasaran yang tepat.

Berdasarkan penjelasan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang saluran pemasaran beras organik yang ada di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur dengan judul yaitu “Analisis Saluran dan Strategi Pemasaran Beras Organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur?
2. Berapa besar margin pemasaran dan tingkat efisiensi beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur?
3. Bagaimana strategi pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur?

1.3. Tujuan

Berdasarkan permasalahan diatas tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur
2. Menghitung margin pemasaran dan tingkat efisiensi beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur
3. Menganalisis strategi pemasaran beras organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur

1.4. Kegunaan

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi petani, pedagang dan konsumen. Serta pemerintah dan instansi terkait untuk merancang penyaluran yang efektif dan efisien dalam proses pemasaran beras organik.
2. Diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca terkait tingkat efisiensi pemasaran beras organik, dapat menjadi bahan literatur studi pustaka, sumber informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat menjadi referensi untuk mahasiswa yang melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adanacioglu, H. 2016. Factors Affecting Farmers' Decisions To Participate In Direct Marketing: A Case Study Of Cherry Growers In The Kemalpaşa District Of Izmir, Turkey. *Renewable Agriculture And Food Systems*, 32(4), 291–305. <https://doi.org/10.1017/S1742170516000193>.
- Anastasius. 2019. Profil Komunitas Petani Organik Astorahayu. Lampung Tengah. Punggur.
- Arbi, M. 2018. Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *JSEP*. 11 (1).
- Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Raja penerbit Grafindo Persa. Bandung: penerbit PT.Remaja.
- Badan Pusat Statistik. 2022. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Padi Menurut Provinsi di Indonesia 2020-2022. BPS : Indonesia.
- Baranski, M. 2014. Higher Antioxidant And Lower Cadmium Concentrations And Lower Incidence Of Pesticide Residues In Organically Grown Crops: A Systematic Literature Review And MetaAnalyses. *British Journal of Nutrition*, 112(5), 794-811.
- Daffa, S, L, Putra, I., dan Achmad, K. 2022. Analisis Saluran Dan Margin pemasaran Beras di Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 7(1).
- Darwin Tobaol, M. Rudengan, E.K.M. Endoh, S.P. Pangermanan. 2018. Efisiensi Pemasaran Telur Ayam RAS di Kota Manado. *Zootec*, 38 (2): 416 – 428.
- Dilana, I. A., Nurmalina, R., & Rifin, A. 2014. *Pemasaran Dan Nilai Tambah Kakao Di Kabupaten Madiun, Jawa Timur*. Simposium Nasional Ekonomi Kakao: Kendari, 11-12 Feb 2013. hlm 204-213.
- Dwiastuty, A. R. N., Sadeli, A. H., Fatimah, S., & Syamsiah, N. (2020). Strategi Pemasaran Beras Organik di Gapoktan Simpatik Tasikmalaya. *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)*, 8(1), 1.
- Endarwita, E. 2021. Strategi Pengembangan Objek Wisata Linjuang Melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 460679.
- Fauzi, D., & Martadona, I. 2019. Strategi Pemasaran Padi Organik Di Kelompok Tani Padi Rimbun Kota Padang. *Jurnal Pangan*, 28(1), 1-10.

- Fauziyah dan Ihsanuddin. 2014. Pengembangan Kelembagaan Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus di Desa Lembung, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(1).
- Gapatutugan, B. N. 2018. Analisis Saluran Pemasaran Beras Organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Palembang*.
- Hasbullah, H., Haekal, J., Prayogi, P. R., dan Prasetyo, D. E. A., 2021, Business Development Strategy Using SWOT Analysis Method In Culinary Industry, *Journal of Industrial Engineering dan Management Research*, 2(3), 53–61. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i3>.
- Hung, P. Q., & Khai, H. V. 2020. Transaction Cost, Price Risk Perspective And Marketing Channel Decision Of Small-Scale Chili Farmers In Tra Vinh Province, Vietnam. *Asian Journal Of Agriculture And Rural Development*. 10(1): 68–80. [10.18488/journal.1005/2020.10.1/1005.1.68.80](https://doi.org/10.18488/journal.1005/2020.10.1/1005.1.68.80)
- Indeed., 2021, What Is Competitive Advantage, and Why Is It Important? <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-competitive-advantage-and-why-is-it-important>
- Iswahyudi dan Sustiyana. 2019. Pola Saluran Pemasaran dan Farmer's share Jambu Air CV Camplong. *Jurnal Hexagro*, 3 (2): 33 – 38.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2014. *Principles of Marketing*, 15th Edition. London: Pearson Education Limited.
- Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar.
- Lasitya, D.S., Sapitri, H., Nur, S., & Khairudin, A. 2023. Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Hidroponik CV Dan QSPM. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(1), 31-2.
- Maulida, S., Hamdani, H., & Budiwati, N. 2020. Strategi Pemasaran Beras Organik “Padi Mas Mulia” Di Desa Teluk Limbung Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara (Studi Kasus Gapoktan Usaha Bersama). *Frontier Agribisnis*, 4(4).
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Ntimbaa, G. J., & Akyoob, A. M. 2017. Factors Influencing Choice Decision For Marketing Channels By Coffee Farmers In Karagwe District, Tanzania. *Global Journal Of Biology, Agriculture & Health Sciences*, 6(2), 1–10. [10.24105/gjbahs.6.2.1701](https://doi.org/10.24105/gjbahs.6.2.1701).

- Nadiya, K. A., Susilowati, D., dan Syakir, F. 2019. Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Organik di Desa Sumbergepoh. *SEAGRI*, 7(3).
- Nurhayati, R., Husaini, M., dan Rosni, M. 2020. Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras di Desa Berangas Kecamatan Pulau Laut Timur Kabupaten Kotabaru. *Frontier Agribisnis*, 4(3), 76-81.
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., dan Wills, G. B., 2019, Importance-Performance Analysis Based SWOT Analysis, *International Journal of Information Management*, 44, 194–203.<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>
- Pratama, R., & Suharno, S. 2022. Analisis Pemasaran dan Nilai Tambah Beras Organik di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 43-56.
- Purnama, M. R. 2016. Analisis Pemasaran Beras Organik di Desa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. *Skripsi Universitas Sriwijaya*. https://repository.unsri.ac.id/17517/1/RAMA_54201_05111001062_0026127403_01_front.ref.pdf.
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Lewaherilla, N. C., dan Herdina, A. M., 2022, Knowledge Management In Indonesia: A Research Positioning Through Bibliometric Perspective. Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology ICIMTech 2020. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211244>
- Putri, A. A., Ismoyowati, D., dan Pamungkas A. P. 2022. Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Beras Hitam di Kabupaten Bantul. *Agritech*, 42(2): 147–154.
- Rahawati, N. D. 2019. Analisis Efisiensi Pemasaran Agribisnis Padi Di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. *Oryza Jurnal Agribisnis dan Pertanian Berkelanjutan*, 4(1), 27-35.
- Rangkuti, F. 2019. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Reganold, J. P., & Wachter, J. M. 2016. Organic Agriculture In The Twenty-First Century. *Nature Plants*, 2(2), 15221.
- Ristianingrum, A., Chozin, M. A., Machfud, M., Sugiyanta, S., dan Mulatsih, S. 2016. Optimalisasi Keberlanjutan Pengembangan Usaha Padi Organik di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(1), 37–49. <https://doi.org/10.17358/jma.13.1.37>.
- Riyadh, M. L. 2018. Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras di Desa Barangas Kecamatan Pulau Lut Timur Kabupaten Kota Baru. *Frontier Agribisnis*. 4 (3): 76-81.

- Rizal, Ahmad. 2018. Analisis Pemasaran Nanas (*Ananas Comosus L*) di Kelurahan Payaraman Barat Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir. *Skripsi* (Tidak dipublikasikan). Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- Robert W. Palmatier dan Shrihari Sridhar. 2021. *Marketing Strategy*. Penerbit Bandung
- Safi, M. A., Amkekawa, Y., Isoda, H., Hassanzoy, N., & Ito, S. 2018. Cost Benefit Efficiency and Factors Influencing Farmers' Choice Of Marketing Channel In Grape Value Chain: Evidence From Kabul, Afghanistan. *Journal Of The Faculty Of Agriculture*, Kyushu University, 63(1), 159–168. 10.5109/1911230.
- Sholehah, N. A., Nasirudin, M., & Naim, M. A. 2021. Strategi Pemasaran Beras Organik di Desa Bareng Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang. *Sigmagri*, 1(2), 93-101.
- Suminartika, E., dan Iin, D. 2017. Efisiensi Pemasaran Beras di Kabupaten Ciamis dan Jawa Barat. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 3 (1): 13 – 28.
- Suprpto, Edy. 2010. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Usahatani Padi Organik di Kabupaten Sragen. *Tesis* (Dipublikasikan). Universitas Sebelas Maret.
- Syekhfani 2013. Padi Pusri. *Skripsi* (dipublikasikan) Universitas Brawijaya.
- Tjiptono, Fandy 2015 *Strategi Pemasaran 4*. Yogyakarta:Andi.
- Tinjung, Suhatmini, Hardyastuti, Slamet H, Irham ,2014. Multifungsi Sistem Usahatani Padi Organik dan Anorganik. *Agrifor* Vol XII No 1.
- Usman, M. 2015. *Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Interpena.
- Widia, A., Rifai, A., & Maharani, E. 2016. Analisis Marjin Pemasaran Agroindustri Beras di Kecamatan Kabupaten Siak. *Jurnal Online Mahasiswa*, 3(1).
- Yasier, A, M, . 2016. Analisis Pendapatanusaha Tani Kopi di Kecamatan Bungin Kabupaten Enrekang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Esis, Universitas Negeri Makassar.
- Yuniarti, D., Rahayu, E. S., & Harisudin, M. 2017. Saluran Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(2).
- Zahra, F. A., dan Naully, D. 2021. Analisis Saluran Pemasaran Belimbing Dewa di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1).