AGRISCIENCE
Volume 7, Nomor 1, 2026, pp 117-132
https://doi.org/10.21107/agriscience.v7i1.31682

ISSN: 2301-9948
e-ISSN: 2407-6260

Analisis efisiensi pemasaran padi di Desa Banyubesi Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan

Ach Wildan Rojabi, Resti Prastika Destiarni*

Abstrak
Padi merupakan komoditas pangan pokok yang memiliki peran strategis, sehingga memerlukan penanganan yang optimal, tidak hanya untuk meningkatkan hasil produksi tetapi juga dalam memperbaiki efisiensi sistem pemasarannya. Salah satu kendala yang sering dihadapi petani adalah rendahnya harga jual gabah yang disebabkan oleh mutu gabah yang kurang baik serta panjangnya rantai distribusi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat efisiensi pemasaran padi di Desa Banyubesi, Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan metode *snowball sampling* untuk memilih 30 orang petani sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan bantuan kuesioner. Hasil studi mengidentifikasi dua jalur utama dalam pemasaran padi: (1) petani – tengkulak – industri, dan (2) petani – penggilingan padi – pabrik. Berdasarkan analisis margin pemasaran, proporsi keuntungan petani *(farmer's share*), dan tingkat efisiensinya, saluran pertama terbukti lebih efisien, dengan margin sebesar Rp 250/kg dan *farmer's share* mencapai 96%. Sebaliknya, saluran kedua menunjukkan margin yang jauh lebih tinggi yaitu Rp 4.200/kg, namun dengan farmer's share hanya 60%. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar petani meningkatkan kapasitas dalam penanganan pascapanen serta membangun kerja sama kolektif antar petani untuk menekan biaya distribusi dan mendorong efisiensi pemasaran yang lebih baik.Tulis abstrak bahasa indonesia.

Kata kunci: Efisiensi Pemasaran; *Farmer's Share*; Margin Pemasaran; Padi; Saluran Tataniaga

Abstract
Rice as a major food commodity has a very high strategic value, so serious handling is needed to increase its productivity. In addition to increasing productivity, things that need to be considered are also increasing its marketing efficiency. This study aims to analyze the efficiency of rice marketing in Banyubesi Village, Tragah District, Bangkalan Regency. Problems faced by farmers include low rice selling prices due to low grain quality and long distribution channels. This study uses a descriptive quantitative approach with a snowball sampling technique on 30 farmers as respondents. Primary data were collected through interviews using

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunodjoyo Madura, Bangkalan

* Corresponding author
E-mail addres: resti.destiarni@trunojoyo.ac.id (Resti Prastika Destiarni)

Article History
Submit : 9 Maret 2025
Accepted : 25 Maret 2026
Publish : 31 Maret 2026

© 2026 Author

questionnaires. The results of the study indicate that there are two main marketing channels: (1) farmers–middlemen–industry and (2) farmers–rice mills–factories. Analysis of marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency shows that the first channel is more efficient, with a marketing margin of Rp 250/kg and a farmer's share of 96%. Meanwhile, the second channel has a margin of Rp ±200/kg and a farmer's share of 60%. The recommendation from this study is the need to increase farmer capacity in post-harvest management and cooperation between farmers to reduce distribution costs to increase marketing efficiency.

Keywords: *Distribution Channe; Farmer's Share; Marketing Efficiency; Marketing Margin; Rice*

1. Pendahuluan

Sub sektor tanaman pangan merupakan salah satu sub sektor penyedia pangan di Indonesia dengan padi sebagai komoditas unggulan utama pemenuhan bahan makanan yang dikonsumsi oleh sekitar 90% masyarakat Indonesia, yang mana padi menghasilkan beras sebagai makanan pokok penduduk Indonesia (Cyprianus et al., 2022). Dalam sepuluh tahun terakhir, konsumsi beras menunjukkan peningkatan yang antara 0,13% hingga 5,7% namun hal ini bertolak belakang dengan volume produksi yang cenderung mengalami penurunan antara 1,02% hingga 39,83% (Fatima, 2022). Menurut BPS (2022) hal tersebut di sebabkan oleh beberapa faktor mulai dari kemarau panjang hingga kekurangan air. Ketika produksi padi turun, jumlah hasil panen yang dapat diperoleh petani juga berkurang. Hal ini menyebabkan volume beras yang tersedia untuk dijual menjadi lebih sedikit, sehingga langsung mempengaruhi pendapatan mereka. Pada tahun 2021, produksi padi menurun sebesar 0,43% dari 54,67 juta ton menjadi 54,42 juta ton, yang berakibat pada penurunan pendapatan petani karena mereka tidak dapat menjual hasil yang lebih banyak. Selain itu, rendahnya pendapatan petani juga disebabkan oleh beberapa kebiasaan yang tidak tepat, khususnya dalam penyimpanan padi. Perilaku petani dalam pasca panen padi antara lain langsung menjual seluruh hasil panennya dan membeli dalam bentuk beras, menyimpan sebagian sedangkan sebagian lagi dijual atau dikonsumsi sendiri seluruhnya (Ahmadi & Utami, 2022).

Sebagai komoditas pangan pokok, padi memiliki peranan strategis yang sangat penting. Oleh karena itu, upaya penanganan yang optimal menjadi keharusan untuk mendorong peningkatan produktivitasnya. Meningkatkan hasil produksi padi juga merupakan salah satu strategi utama dalam mempercepat pertumbuhan produksi padi di tingkat nasional (Maman et al., 2021). Keterlibatan pemerintah dalam pengelolaan komoditas padi tampak sejak tahap pra-produksi, yang meliputi penyediaan sarana produksi seperti benih unggul, pupuk, pestisida, pembangunan dan perbaikan infrastruktur irigasi, pemberian kredit usaha tani, serta penguatan permodalan bagi organisasi petani. Menurut data (BPS, 2024), Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu daerah penghasil padi yang ada di provinsi Jawa Timur dengan berada pada urutan ke 21 dan urutan ke 2 terbesar di Madura, produksi padi di kabupaten Bangkalan itu mencapai 186.258 ton, angka tersebut mengalami penurunan sebanyak 5,98% di bandingkan pada tahun 2022 yang mencapai 198.123 ton.

Pemasaran adalah tahap yang mengikuti proses produksi, sehingga memiliki peranan krusial dalam usaha pertanian. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pemasaran adalah salah satu aktivitas perusahaan yang memiliki keterkaitan langsung dengan konsumen (Dhea & Nuri, 2021). Pemasaran melibatkan kegiatan pemindahan produk dari produsen ke konsumen dan

© 2026 Author

berfungsi sebagai media untuk mengantarkan produk pertanian kepada konsumen. Pemasaran yang berjalan secara optimal mampu memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan seluruh pihak yang terlibat dalam distribusi padi, baik bagi petani selaku produsen maupun bagi lembaga yang menjalankan fungsi pemasaran. Bagi petani, efisiensi dalam proses pemasaran berpotensi meningkatkan harga jual yang diterima, sehingga berdampak pada meningkatnya pendapatan. Secara umum, pemasaran dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas yang mencakup koordinasi, penjadwalan, serta pengendalian yang melibatkan organisasi, tenaga kerja, kegiatan, informasi, dan berbagai sumber daya lainnya (Prasada, 2023).

Desa Banyubesi merupakan desa yang berada di Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan. Luas Desa Banyubesi menurut (BPS, 2022) sebesar 119 ha dengan luas lahan pertanian sebesar 47 ha atau sekitar 60,5% lahan di desa ini digunakan untuk lahan pertanian dan mayoritas digunakan sebagai sawah. Melihat latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik petani dan budidaya serta menganalisis efisiensi pemasaran komoditas padi melalui analisis saluran tataniaga dan farmer's share di Desa Banyu Besi.

2. Tinjauan Pustaka

Tataniaga adalah sebuah sistem yang mencakup sejumlah fungsi utama, seperti fungsi pertukaran, fungsi fisik, serta fungsi pendukung (Rahayu Sri, 2023). Tataniaga dalam sektor pertanian merupakan bagian penting dari sistem agribisnis yang mencakup berbagai subsistem, seperti penyediaan sarana produksi, kegiatan budidaya atau produksi utama, proses pemasaran dan pengolahan hasil pertanian, serta dukungan dari subsistem lain seperti riset, penyuluhan, pembiayaan, dan regulasi di bidang pemasaran. Aktivitas tataniaga berperan strategis dalam menentukan tingkat efisiensi dan efektivitas keseluruhan sistem agribisnis. Dari sudut pandang manajerial, tataniaga dapat dipahami sebagai proses sosial sekaligus manajerial, di mana individu maupun kelompok berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui proses penciptaan, penyampaian, serta pertukaran produk bernilai dengan pihak lain.

Kegunaan (utility) dalam tataniaga dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu (a) kegunaan bentuk (form utility), yaitu manfaat yang diperoleh dari perubahan bentuk suatu barang sehingga lebih berguna bagi konsumen; (b) kegunaan tempat (place utility), yaitu manfaat yang timbul karena perpindahan barang dari tempat yang kurang bernilai ke tempat yang lebih bernilai; (c) kegunaan waktu (time utility) yaitu manfaat yang diperoleh karena ketersediaan barang pada waktu yang tepat; dan (d) kegunaan pemilikan (possession utility) yaitu manfaat yang diperoleh ketika kepemilikan suatu barang berpindah ke orang yang lebih membutuhkannya (Dasipah & Gantini, 2024).

Saluran tataniaga menggambarkan jalur distribusi yang melibatkan petani, berbagai lembaga pemasaran, hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Kajian terhadap saluran tataniaga dilakukan dengan menelusuri aliran distribusi produk garam, mulai dari produsen di tingkat petani hingga konsumen akhir, serta mengidentifikasi lembaga-lembaga yang berperan di dalamnya beserta tugas dan fungsinya dalam proses tataniaga (Maharani et al., 2022). Pemasaran merupakan rangkaian aktivitas yang meliputi pengorganisasian, perencanaan waktu, dan pengawasan terhadap berbagai unsur seperti lembaga, tenaga kerja, kegiatan, data, serta sumber daya lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan, pembuatan, penyimpanan, dan penyaluran barang atau jasa dari produsen hingga ke tangan konsumen (Prasada, 2023).

© 2026 Author

Efisiensi pemasaran merupakan ukuran kepuasan dari produsen, lembaga pemasaran, dan konsumen. Untuk menilai efisiensi operasional dalam kegiatan pemasaran suatu produk, digunakan pendekatan analisis margin pemasaran serta proporsi bagian yang diterima petani (farmer's share) (Khairunnisa et al., 2022). Efisiensi pemasaran dapat dievaluasi melalui perhitungan persentase harga yang diterima oleh petani. Semakin kecil nilai efisiensi pemasaran (EP) dari suatu saluran distribusi, maka semakin tinggi tingkat efisiensinya. Jika nilai EP berada di bawah 50%, maka saluran pemasaran tersebut dianggap semakin efisien (Hayati et al., 2023). Efisiensi pemasaran dari perspektif ekonomi umumnya digunakan untuk menilai kinerja aktivitas ekonomi, termasuk produksi, konsumsi, dan distribusi (Fajriyah & Fuad, 2020). Efisiensi pemasaran dihitung dengan membandingkan biaya pemasaran terhadap harga jual eceran produk, lalu dinyatakan dalam satuan persentase (Fikri et al., 2023). Efisiensi ini sangat dipengaruhi oleh struktur dan mekanisme saluran pemasaran yang digunakan dalam distribusi produk.

Saluran pemasaran adalah jaringan sejumlah organisasi yang bekerja sama dalam menyalurkan produk kepada konsumen, mencakup tahapan produksi barang dan jasa hingga siap dikonsumsi (Nurhayati et al., 2020). Untuk menghitung saluran pemasaran yang efisien maka di gunakan analisis margin pemasaran. Margin pemasaran mencerminkan keseluruhan biaya dan keuntungan yang diperoleh oleh lembaga-lembaga yang terlibat dalam distribusi produk, mulai dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Komponen utama dari margin ini meliputi pengeluaran dan keuntungan yang didapat oleh masing-masing lembaga pemasaran. Analisis margin pemasaran ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana distribusi biaya dan laba terjadi pada setiap aktivitas lembaga yang berperan dalam proses pemasaran, serta untuk mengetahui persentase harga jual akhir yang diterima oleh produsen atau petani, yang dikenal sebagai farmer’s share (Yohanes et al., 2021).

Farmer’s share menjadi indikator penting dalam mengevaluasi apakah saluran pemasaran yang diterapkan telah berjalan secara efisien atau belum (Sumarni, 2021). Farmer’s share merupakan persentase yang menunjukkan seberapa besar bagian harga yang diterima oleh petani dari total harga yang dibayarkan oleh konsumen. Besaran persentase ini dipengaruhi oleh panjangnya rantai distribusi pemasaran serta tingginya harga jual di tingkat konsumen (Abbas et al., 2022). Ketika harga yang dibayarkan oleh konsumen meningkat akibat biaya yang ditetapkan oleh lembaga tataniaga (pengepul), bagian yang diterima petani cenderung menurun. Hal ini terjadi karena petani biasanya menjual hasil pertanian mereka dengan harga yang relatif lebih rendah. Farmer’s share dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai tingkat efisiensi suatu saluran tataniaga. Semakin tinggi nilai farmer’s share, maka semakin besar bagian yang diterima oleh petani, yang menunjukkan bahwa saluran tataniaga tersebut berjalan secara efisien (Firdaus et al., 2020).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yakni Penelitian Menurut (Jana & Syarif, 2024) yang mengatakan terdapat tiga jalur distribusi pemasaran jagung yang digunakan oleh petani. Jalur pertama, petani menjual hasil panennya secara langsung kepada konsumen akhir. Pada jalur kedua, jagung dijual oleh petani kepada pihak produsen pakan ternak yang kemudian mengolahnya menjadi pakan untuk dipasarkan kembali kepada konsumen. Sedangkan pada jalur ketiga, petani menjual jagung dalam jumlah besar kepada tengkulak, yang kemudian mendistribusikannya secara eceran guna memenuhi permintaan pasar. Penelitian Menurut (Umi et al., 2022) mengatakan dalam penelitiannya petani memiliki dua pilihan lembaga untuk

© 2026 Author

memasarkan hasil panennya, yaitu menjual ke tengkulak atau ke penggilingan padi. Berdasarkan penelitian, sekitar 75% petani memilih untuk menjual hasil panen kepada tengkulak, sementara 25% lainnya memilih untuk langsung menjual ke penggilingan padi. Faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan ini umumnya berkaitan dengan kebiasaan petani yang sudah terbiasa dengan lembaga tersebut, adanya hutang, dan jarak yang lebih dekat. Terdapat tiga saluran pemasaran dengan total margin terkecil pada saluran pemasaran II, yaitu sebesar Rp 4.730/kg. Saluran II juga mencatatkan nilai farmer's share tertinggi, yakni 45,82%. Rasio keuntungan di semua saluran lebih besar dari 1. Efisiensi harga pada fungsi transportasi dan pengolahan di setiap saluran menunjukkan tingkat efisiensi yang baik, sementara efisiensi operasional cenderung mencapai tingkat efisien. Indeks efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran III memiliki rasio tertinggi.

Penelitian menurut (Saleh, 2020) mengatakan dalam penelitiannya bahwa pada pemasaran gabah di wilayah ini hanya terdapat satu jenis saluran distribusi, yaitu dari produsen (petani padi) ke pedagang pengumpul di desa, kemudian dilanjutkan ke penggilingan padi. Biaya pemasaran dalam jalur ini tercatat sebesar Rp 120 per kilogram. Pedagang pengumpul desa memperoleh keuntungan sebesar Rp 280 per kilogram, dengan total margin pemasaran mencapai Rp 400 per kilogram. Sementara itu, penggilingan padi memperoleh laba sebesar Rp 450.000 untuk setiap 50 kg beras yang dihasilkan, dengan margin pemasaran sebesar Rp 90.000 per kilogram. Tingkat efisiensi pemasaran gabah mencapai 89%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar harga jual produk dinikmati langsung oleh petani dan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga terkait relatif rendah. Hal ini menggambarkan efektivitas saluran pemasaran gabah di Kelurahan Kulahi, Kecamatan Wawotobi, Kabupaten Konawe. Menurut (Supriono, 2023) mengatakan dalam penelitiannya bahwa di Desa Selopuro, Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar, terdapat dua jalur distribusi gabah. Jalur pertama (Saluran Pemasaran I) terdiri dari alur Petani → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen. Sedangkan jalur kedua (Saluran Pemasaran II) mengikuti rute Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen. Pada saluran pertama, total biaya pemasaran tercatat sebesar Rp 2.854,5 per kilogram, dengan margin sebesar Rp 7.310/kg dan keuntungan mencapai Rp 4.455,5/kg. Sementara itu, saluran kedua menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 3.415,25/kg, margin sebesar Rp 7.835/kg, dan keuntungan sebesar Rp 4.418,75/kg. Saluran pertama dianggap lebih menguntungkan bagi petani karena mereka dapat langsung menjual hasil panennya kepada pedagang besar tanpa melalui perantara tambahan. Berdasarkan hasil analisis efisiensi pemasaran, teridentifikasi bahwa pada saluran pertama terdapat hubungan antara harga di tingkat petani dan harga di tingkat pedagang besar. Sebaliknya, pada saluran kedua, tidak ditemukan keterkaitan harga antara tingkat petani dan tahap distribusi selanjutnya. Selain itu, berdasarkan analisis elastisitas transmisi harga, diketahui bahwa saluran kedua cenderung menerapkan sistem pasar monopsoni.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Desa Banyubesi, Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan. Pemilihan lokasi di tentukan secara sengaja (purposive) berdasarkan pertimbangan bahwa Desa Banyubesi merupakan salah satu daerah penghasil padi di kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. Penelitian akan dilakukan mulai Maret hingga April 2025. Penelitian ini melibatkan 30 orang petani, 3 tengkulak dan 1 penggiling padi sebagai responden. Responden di ambil

© 2026 Author

berdasarkan salah satu kelompok tani yang ada di Desa Banyubesi. Kelompok tani di pilih berdasarkan keaktifannya dalam mengelola kegiatannya. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu metode pengambilan sampel secara bertingkat, dengan prinsip yang diibaratkan seperti bola salju. Prosesnya dimulai dari sebuah bola salju kecil yang terus membesar seiring dengan akumulasi salju saat digulingkan di atas permukaan yang tertutup salju. Dalam penelitian, metode ini diawali dengan beberapa individu atau kasus awal, kemudian berkembang lebih luas berdasarkan jaringan atau hubungan antara responden yang telah teridentifikasi sebelumnya (Lenaini, 2021). Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber asli atau responden di lokasi penelitian (Supriyadi et al., 2023). Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis efisiensi pemasaran padi melalui saluran tataniaga dan mengukur *farmer's share*. Pendekatan kuantitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu fenomena secara sistematis dan akurat dengan menganalisis data numerik atau statistik (Sugiyono, 2020). Pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang alur distribusi padi dan besarnya proporsi pendapatan yang diterima oleh petani dibandingkan dengan harga konsumen akhir. Penelitian deskriptif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau memaparkan kondisi objek atau subjek yang diteliti sebagaimana keadaan sebenarnya (Syahrizal & Jailani, 2023). Selanjutnya analisis kuantitatif diterapkan untuk menghitung margin pemasaran, farmer's share, dan efisiensi pemasaran.

Margin pemasaran penting untuk menilai efisiensi pemasaran yang dapat dilihat dari besar kecilnya margin tersebut. Menurut (Prasetya et al., 2020) margin pemasaran adalah perbedaan nilai antara harga jual dan harga beli yang terjadi pada setiap lembaga pemasaran, yang dinyatakan dalam satuan rupiah. Perhitungan margin ini dilakukan dengan mengurangkan harga pembelian dari harga penjualan pada masing-masing lembaga pemasaran (Umi et al., 2022).

Rumus margin pemasaran sebagai berikut :
MP = Pr – Pf
Keterangan:
Mp = Margin pemasaran
Pr = Harga padi di Tingkat konsumen (Rp/Kg)
Pf = Harga padi di Tingkat produsen (Rp/Kg)

Persentase bagian yang diterima petani (*farmer's share*) menjadi indikator penting dalam mengevaluasi tingkat efisiensi dari saluran pemasaran yang digunakan (Sumarni, 2021). Untuk mengetahui bagian yang diterima petani dari hasil pemasaran komoditasnya, dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.
Gambar 1 rumus farmer's share

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} x100$$

Diketahui:
FS = *farmer's share*

© 2026 Author

Pf = harga ditingkat produsen (Rp/Kg)
Pr = harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Tujuan utama dari efisiensi pemasaran adalah untuk meraih profit secara optimal serta mencapai tingkat efisiensi yang maksimal dalam kegiatan pemasaran (Baroh et al., 2021). Menurut (Nurhayati et al., 2020) efisiensi dalam kegiatan pemasaran diukur melalui perbandingan antara total biaya pemasaran suatu produk dan harga jual produk tersebut. Pengukuran efisiensi ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:
Gambar 2 rumus efisiensi pemasaran

$$Ep = \frac{Tb}{Tnp} x100$$

Diketahui:
EP = efisiensi pemasaran (%)
TB = total biaya pemasaran (Rp)
TNP = total nilai produk (Rp)

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Karakteristik Petani

Di Desa Banyubesi rata-rata petani lulusan SD dengan persentase 70% atau 21 orang. Untuk lulusan SMP sebanyak 8 orang atau 27%, sedangkan lulusan SMA hanya terdapat 1 orang atau hanya 3,33%. Mereka menyampaikan bahwa sejak duduk di bangku SD sudah diajak ke sawah oleh orang tua mereka, dan ada pula yang menyebutkan bahwa hal tersebut disebabkan oleh kondisi ekonomi keluarga yang kurang memadai. Menurut (Gusti *et al*., 2022) petani yang memiliki jenjang pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki pemikiran yang lebih terbuka terhadap inovasi, serta lebih mudah memahami dan menerapkan teknologi baru, sehingga mampu meningkatkan dan mengarahkan hasil pertanian ke arah yang lebih maju.

Tabel 1 karakteristik Pendidikan petani

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
SD	21	70%
SMP	8	27%
SMA	1	3%

Karakteristik umur petani di desa Banyubesi sebagian besar petani berada dalam usia 35 dengan yang paling muda dan usia 67 yang paling tua. Petani yang berusia 35-44 itu sebanyak 6 orang atau 20%, yang berusia 45-54 sebanyak 13 orang atau 43%, dan yang berusia 55-67 sebanyak 11 orang atau 37%. Berdasarkan penelitian diketahui karakteristik petani di desa Banyubesi berdasarkan umur merupakan petani produktif yakni petani yang berusia antara 35-60 tahun. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kinerja petani, petani yang berusia 35-60 tahun memiliki tenaga yang lebih kuat di bandingkan dengan petani usia lebih dari 60 tahun dan juga petani lebih memahami dengan perkembangan teknologi. Menurut (Gusti et al., 2022) usia seseorang dapat berperan dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, usia juga sering dijadikan indikator dalam menilai keberhasilan usaha tani. Petani yang berada pada usia

© 2026 Author

produktif umumnya mampu bekerja lebih optimal dibandingkan mereka yang telah memasuki usia non-produktif.

Tabel 2 karakteristik usia petani

Usia	Jumlah (orang)	Persentase
35-44	6	20%
45-54	13	43%
55-67	11	37%

Dari hasil pendataan terhadap 30 responden petani di Desa Banyubesi, diketahui bahwa mayoritas petani itu laki-laki dengan persentase 80% dari 30 responden dan sisanya 20% itu perempuan. Situasi ini menggambarkan bahwa kegiatan usahatani padi di desa tersebut masih didominasi oleh laki-laki, baik dalam aspek kepemilikan lahan, pengelolaan usaha tani, maupun dalam pengambilan keputusan, menurut penelitian (A. Maharani & Albrian, 2020) perbedaan jenis kelamin dapat memengaruhi besarnya pendapatan yang diperoleh individu. Hal ini disebabkan oleh perbedaan biologis, sosial, budaya, dan pola pikir antara laki-laki dan perempuan, sebagaimana dijelaskan dalam teori *nature* dan *nurture*. Perbedaan tersebut membentuk pembagian peran dan pekerjaan yang pada akhirnya menimbulkan perbedaan tanggung jawab, posisi, serta kewajiban antara keduanya dalam masyarakat.

Tabel 3 karakteristik jenis kelamin petani

Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase
Laki-laki	24	80%
Perempuan	6	20%

Luas lahan merupakan salah satu indikator penting dalam usaha pertanian karena mempengaruhi skala produksi. Data dari 30 petani Desa Banyubesi diperoleh 22 petani memiliki lahan sebesar 1-2 hektar. Petani dengan lahan kurang dari 1 hektar sebanyak 5 petani dan 3 petani memiliki luas lahan lebih dari 2 hektar.

Tabel 4 karakteristik luas lahan petani

Luas lahan (ha)	Jumlah (orang)	Persentase
<1	5	17%
1-2	22	73%
>2	3	10%

Sebagian besar petani atau 90% petani mengelola lahan dengan luas kurang dari atau sama dengan 2 hektar. Hanya Sebagian kecil petani yang memiliki lahan lebih dari 2 hektar atau hanya 10% petani. Menurut (Walis et al., 2021) luas lahan yang dimiliki petani berperan penting dalam memungkinkan pengembangan usaha tani dalam skala yang lebih besar, baik melalui peningkatan jumlah tanaman padi yang dibudidayakan maupun dengan penerapan teknik budidaya yang mengoptimalkan penggunaan lahan tersebut.

Durasi bekerja sebagai petani merupakan indikator penting untuk menilai tingkat pengalaman dan keahlian petani dalam menjalankan usaha tani. Berdasarkan data dari 30

© 2026 Author

responden petani, diketahui bahwa masa kerja mereka sebagai petani berkisar antara 15 hingga 40 tahun, dengan rata-rata sekitar 30 tahun. Petani dikelompokkan ke dalam tiga kategori berdasarkan tabel berikut

Tabel 5 karakteristik lama bekerja petani

Lama bekerja (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase
<20	2	7%
20-34	23	77%
>35	5	16%

Sebagian besar petani 77% termasuk dalam kategori dengan lama bekerja menengah, yakni telah menggeluti usaha tani selama 20 hingga 34 tahun. Ini menunjukkan tingkat pengalaman yang cukup tinggi serta pemahaman yang mendalam terhadap berbagai situasi dalam dunia pertanian. Sementara itu, sebanyak 16% merupakan petani dengan pengalaman sangat lama, yaitu lebih dari 35 tahun, dan hanya sebagian kecil yang tergolong petani baru dengan masa bertani kurang dari 20 tahun. Menurut (Gusti *et al*., 2022) petani yang telah berpengalaman lama dalam menjalankan usaha tani umumnya memiliki wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap kondisi lahan dibandingkan dengan mereka yang baru memulai kegiatan di bidang pertanian.

4.2. Karakteristik Budidaya

Budidaya padi merupakan salah satu kegiatan penting yang dilakukan oleh masyarakat Desa Banyubesi. Desa Banyubesi sendiri memiliki tekstur tanah yang baik untuk ditanami padi, dengan kontur tanah yang gembur serta ketersediaan air yang memadai, menjadikan wilayah ini sangat cocok untuk usaha budidaya padi. Jenis tanah yang ada di Desa Banyubesi yaitu jenis tanah lempung. Lahan pertanian di Desa Banyubesi sebagian besar merupakan lahan tadah hujan, sehingga produktivitasnya sangat bergantung pada musim dan curah hujan.

Teknik pengolahan lahan yang efektif sangat diperlukan dalam meningkatkan produksi padi sawah. Pengolahan lahan tidak lepas dari penggunaan alat-alat pertanian yang biasa digunakan petani dalam mengolah lahan (Hafizh *et al*., 2025). Pengolahan lahan di Desa Banyubesi itu sudah menggunakan mesin traktor. Petani sudah meninggalkan cara tradisional pengolahan lahan seperti menggunakan sapi. Teknik penanaman padi yang diterapkan masyarakat Banyubesi masih tergolong sederhana, dengan menggunakan 2 metode tanam yaitu sistem tanam benih langsung (TABELA) dan sistem persemaian (TAPIN). Pada sistem persemaian (TAPIN), benih padi disemaikan terlebih dahulu selama 20-30 hari di lahan khusus sebelum dipindahkan ke lahan tanam utama. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hafizh *et al.,* 2025*)* yang menyatakan bahwa umur semai biasanya maksimal selama 30 hari. Sementara itu, pada sistem tanam langsung (TABELA), benih ditaburkan langsung ke lahan yang telah dipersiapkan.

Tabel 6 Teknik penanaman padi

Teknik penanaman padi	Jumlah (orang)	Persentase

© 2026 Author

TABELA	19	63%
TAPIN	11	37%

Diketahui dari tabel di atas bahwa mayoritas petani di Desa Banyubesi cenderung memilih teknik TABELA di bandingkan TAPIN dalam budidaya padi dengan jumlah petani sebanyak 19 orang petani. Alasan dari petani lebih memilih teknik TABELA yaitu untuk efisiensi waktu dan juga biaya yang di keluarkan dalam masa budidaya. Hal ini sejalan dengan penelitiannya (Aminah & Andriyani, 2020) bahwa metode TABELA memiliki sejumlah keunggulan, antara lain dapat mempercepat waktu panen, yang pada gilirannya memungkinkan peningkatan frekuensi tanam dalam setahun serta menekan biaya produksi.

Menurut (Sayaka *et al*., 2020) benih varietas unggul dan bermutu merupakan kebutuhan pokok bagi petani untuk mencapai produktivitas yang tinggi. Adapun jenis benih yang paling banyak digunakan oleh petani di Desa Banyubesi adalah varietas Inpari, Ciherang, jenis-jenis benih lokal lainnya.

Tabel 7 Jenis benih

Jenis benih	Jumlah (orang)
Inpari	15
Ciherang	12
Lokal	3

Diketahui dari tabel di atas bahwa rata-rata petani di Desa Banyubesi itu memilih jenis benih Inpari dan Ciherang dikarenakan jenis benih tersebut sudah banyak di gunakan petani di Indonesia khususnya di Desa Banyubesi. Tetapi ada beberapa petani yang memang masih memilih jenis benih lokal daerah tersebut. Untuk benih lokal itu sendiri petani mendapatkan dari hasil panen sebelumnya yang di jadi kan sebagai benih dan hal itu sudah di lakukan dari dulu sehingga benih tersebut disebut benih lokal.

Selama masa budidaya, tanaman padi memerlukan perawatan yang baik, salah satunya melalui pemberian pupuk. Pemupukan menjadi salah satu faktor input utama dalam upaya meningkatkan hasil produksi tanaman pangan. Jenis pupuk yang umum di gunakan oleh petani mencakup pupuk anorganik, pupuk organik, maupun kombinasi dari keduanya (Maman *et al.*, 2021). Jenis pupuk yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu organik dan non-organik. Pupuk organik yang sering dimanfaatkan adalah kotoran sapi, sementara pupuk non-organik yang umum digunakan mencakup urea, Phonska, dan NPK. Pemupukan dilakukan dua kali, yakni pada hari ke-15 dan ke-30 setelah tanam, dengan takaran antara 200 hingga 300 kilogram per hektar.

Selain itu, pengendalian hama juga di lakukan oleh petani, misalnya untuk hama belalang, wereng dan sejenisnya. Di Desa Banyubesi, tanaman padi kerap diserang oleh hama serangga seperti wereng dan belalang. Untuk mengatasinya, petani umumnya menggunakan insektisida Plenum. Sementara itu, Furadan digunakan sebagai upaya pengendalian terhadap hama tikus. Penanggulangan terhadap hama dan penyakit biasanya dilakukan ketika serangan penyakit sudah cukup parah, dengan dosis pestisida yang disesuaikan dengan tingkat keparahan serangan penyakit.

© 2026 Author

Adapun periode tanam padi di Desa Banyubesi berlangsung sebanyak dua kali dalam setahun. Musim tanam pertama dimulai pada bulan Oktober hingga Januari, sedangkan musim tanam kedua berlangsung dari bulan Februari hingga Mei.

Tabel 8 periode tanam

Komoditas	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
Padi	√	√	√	√	√	√	√	√				
Jagung									√	√	√	√
Kacang panjang									√	√	√	√
Kacang Hijau									√	√	√	√

Dalam lima tahun terakhir, sistem pemanenan di Desa Banyubesi mengalami perubahan yang signifikan dengan mulai diterapkannya teknologi *combine*. Sebelumnya, para petani masih menggunakan teknik manual dengan celurit untuk memanen padi. Namun, seiring berkembangnya teknologi, metode pemanenan beralih menggunakan mesin, yang terbukti lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga. Menurut petani, teknik pemanenan manual selain menghabiskan waktu yang cukup lama juga membuat padi terendap di sawah yang mana hal tersebut dapat menurunkan kualitas padi yang di hasilkan. Ketika menggunakan mesin *combine* itu selain menghemat waktu juga menjaga kualitas padi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Durroh, 2020) penggunaan alat *combine* dalam proses panen dapat menghasilkan gabah berkualitas tinggi, karena hasil panen tidak dibiarkan terlalu lama di lahan. Sebaliknya, metode panen secara tradisional cenderung menurunkan mutu gabah.

4.3. Saluran Pemasaran Padi

Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran padi di desa Banyubesi, Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan dari petani sampai ke konsumen akhir itu melibatkan beberapa konsumen akhir yaitu petani, tengkulak, penggilingan padi dan industri atau pabrik. Terdapat 2 saluran pemasaran yang teridentifikasi, yaitu:

Saluran 1

Petani ⟹ Tengkulak ⟹ Industri

Saluran 2

Petani ⟹ Penggilingan padi ⟹ Pabrik

Saluran 1 terdiri dari petani, tengkulak dan industri, dalam saluran ini petani di sini menjual hasil panennya kepada tengkulak dengan harga rata-rata Rp 6.150 per Kg, dan tengkulak menjual Kembali ke industri dengan harga rata-rata Rp 6.400 per Kg. Sedangkan untuk saluran 2 terdiri dari petani, penggilingan padi dan pabrik, dalam saluran ini petani menjual hasil panennya kepada penggilingan padi dengan harga rata-rata Rp 6.300 per Kg, dan penggilingan padi menjual Kembali ke pabrik dalam bentuk beras dengan rata-rata harga Rp 10.500 per Kg. Petani yang menggunakan saluran 1 itu sebanyak 24 orang sedangkan untuk saluran 2 itu hanya 6 orang, hal tersebut dikarenakan sistem penjualan ke tengkulak itu lebih

© 2026 Author

mudah di bandingkan ke penggilingan padi. Misalnya ketika musim panen tengkulak biasanya yang akan mencari petani ke sawah supaya padi di jual ke tengkulak, berbeda dengan penggilingan padi yang sistemnya hanya menunggu petani untuk menjual padinya.

4.4. Analisis margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran

Margin pemasaran merupakan hasil dari perbedaan antara harga beli dan harga jual di setiap tahapan lembaga pemasaran. Tinggi rendahnya margin tersebut ditentukan oleh jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses distribusi (Warsani *et al*., 2021). Perhitungan *farmer's share* bertujuan untuk mengetahui perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (harga eceran), yang dinyatakan dalam bentuk persentase (Umi *et al*., 2022). Efisiensi pemasaran dihitung untuk menilai apakah proses pemasaran padi berlangsung secara efisien atau tidak. Semakin besar nilai rasio yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat efisiensinya. Dalam hal ini, petani mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp10.000 per karung untuk transportasi yang menggunakan sepeda motor, serta Rp2.000 per karung untuk membayar jasa kuli angkut. Berikut ini disajikan data mengenai margin pemasaran, *farmer's share*, dan tingkat efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran.

Tabel 9 Nilai Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, Efisiensi Pemasaran

Saluran pemasaran	Lembaga	Margin pemasaran (Rp/Kg)	*Farmer's share (%)*	Efisiensi pemasaran (%)
I	Petani Tengkulak Industri	1.100	90	4
II	Petani Penggilingan padi Pabrik	4.200	60	2

Berdasarkan tabel di atas, kedua saluran pemasaran melibatkan tiga lembaga pemasaran. Pada Saluran Pemasaran I, terdapat tiga aktor utama, yaitu petani, tengkulak, dan pihak industri. Saluran ini menghasilkan margin pemasaran sebesar Rp1.100 per kilogram, yang merupakan selisih antara harga yang diterima petani dan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir setelah melalui tengkulak dan industri. Sementara itu, Saluran Pemasaran II mencakup petani, penggilingan padi, dan pabrik, dengan margin pemasaran yang jauh lebih tinggi, yakni Rp4.200 per kilogram. Margin yang besar ini disebabkan oleh adanya penyusutan dari bentuk gabah basah menjadi beras. Berdasarkan hasil analisis data, tingkat rendemen tersebut mencapai 60%. Besarnya nilai margin ini menunjukkan adanya perbedaan harga yang signifikan antara harga di tingkat petani dan harga akhir di tingkat pabrik. Semakin tinggi margin pemasaran yang dihasilkan, maka semakin rendah tingkat efisiensi dari kegiatan pemasaran tersebut (Nadya & Nia, 2022). Yang di maksud industri di atas adalah tempat pemrosesan lanjut dari padi itu sendiri menjadi sebuah beras yang mana nantinya akan di pasarkan ke konsumen. dan industri

© 2026 Author

tersebut lokasinya ada di Pasuruan, Sidoarjo, dan Lamongan. Sedangkan untuk pabrik yaitu pabrik yang mengelola beras untuk di jadikan beras ber merek yang berada di Banyuwangi.

Berdasarkan data pada tabel, terdapat dua jalur pemasaran yang menunjukkan perbedaan nilai *farmer's share*. Pada Saluran Pemasaran I, *farmer's share* mencapai 90%, yang mengindikasikan bahwa petani memperoleh 90% dari total harga jual akhir. Hal ini menunjukkan bahwa petani menerima hampir seluruh nilai penjualan, menjadikan saluran ini sangat menguntungkan dan efisien dari sudut pandang petani. Kondisi ini biasanya disebabkan oleh sedikitnya jumlah perantara atau rendahnya biaya distribusi. Sebaliknya, pada Saluran Pemasaran II, nilai *farmer's share* hanya sebesar 60%, yang berarti petani hanya mendapatkan 60% dari harga jual akhir, sedangkan 40% sisanya menjadi bagian dari lembaga perantara seperti penggilingan padi dan pabrik. Perbedaan ini menunjukkan bahwa semakin panjang jalur distribusi atau semakin banyak perantara yang terlibat, semakin kecil bagian harga yang diterima oleh petani. Oleh sebab itu, *farmer's share* menjadi salah satu indikator kunci dalam menilai sejauh mana sistem pemasaran mampu mendukung kesejahteraan petani.

Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu memberikan manfaat dan kepuasan bagi semua pihak yang terlibat, mulai dari petani hingga konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian di atas, Saluran Pemasaran I melibatkan tiga lembaga pemasaran, dengan margin pemasaran yang relatif kecil serta *farmer's share* yang tinggi, menunjukkan bahwa saluran ini berjalan secara efisien, dengan tingkat efisiensi sebesar 4%. Sementara itu, Saluran Pemasaran II juga terdiri dari tiga lembaga, dan meskipun margin pemasarannya masih tergolong rendah serta *farmer's share*-nya cukup besar, saluran ini tetap dikategorikan efisien dengan tingkat efisiensi sebesar 2%. Semakin kecil nilai efisiensi pemasaran (EP) pada suatu saluran, maka semakin tinggi tingkat efisiensinya. Jika nilai EP berada di bawah 50%, maka saluran pemasaran tersebut dapat dikategorikan sebagai sangat efisien (Hayati *et al*., 2023).

5. Kesimpulan

Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa mayoritas petani di wilayah ini merupakan laki-laki dengan tingkat pendidikan dasar, berusia produktif, serta memiliki pengalaman bertani yang cukup panjang. Dalam proses budidayanya, petani masih menerapkan metode tanam tradisional dan mulai memanfaatkan teknologi modern seperti mesin panen *combine*. Terdapat dua saluran pemasaran utama yang digunakan, yaitu saluran pertama yang melibatkan petani, tengkulak, dan industri, serta saluran kedua yang melalui penggilingan padi sebelum masuk ke pabrik. Berdasarkan hasil analisis, saluran pertama terbukti lebih efisien karena memiliki margin pemasaran yang lebih rendah serta *farmer's share* yang lebih tinggi, yakni mencapai 96%, dibandingkan dengan saluran kedua yang hanya sebesar 60%. Meskipun kedua saluran tergolong efisien, saluran pertama memberikan keuntungan yang lebih besar bagi petani karena porsi harga jual yang diterima oleh mereka lebih tinggi.

Untuk meningkatkan margin pemasaran dan *farmer's share* petani disarankan untuk mengelola hasil panen secara lebih mandiri, seperti pengeringan gabah sebelum di jual langsung. Dan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran petani di sarankan untuk menekan penurunan biaya distribusi seperti halnya melakukan kerja sama antar petani guna menurunkan biaya distribusi. Selain itu, saran untuk penelitian selanjutnya untuk melibatkan lebih banyak lagi responden dan juga menganalisis pemakaian teknologi untuk mengetahui potensi penurunan biaya distribusi.

© 2026 Author

Daftar pustaka

Abbas, S., Rauf, A., & Indriani, R. (2022). Analisis Farmer'S Share Petani Jagung Di Desa Monggupo Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara. AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis, 6(2), 126–132. https://doi.org/10.37046/agr.v6i2.15914

Ahmadi, N., & Utami, D. (2022). Analisa Efisiensi Saluran Pemasaran Gabah Di Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten Banyuasin. Jurnal Imiah Management Agribisnis (Jimanggis), 3(2), 97–112. https://doi.org/10.48093/jimanggis.v3i2.117

Aminah, A., & Andriyani, D. (2020). Analisis Efisiensi Keuntungan Usahatani Padi Sawah Dengan Teknik Tanam Pindah Dan Teknik Tanam Benih Langsung Di Kampung Alue Jangat Kecamatan Darul Ihsan Kabupaten Aceh Timur. Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal, 3(1), 1–8. https://doi.org/10.29103/jepu.v3i1.3173

Baroh, I., Selby Hamzah, M., & Harpowo, H. (2021). Analisis Pemasaran Biji Kopi Robusta di Desa Jambuwer Kecamatan Kromengan Kabupaten Malang. Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business, 4(1), 65–74. https://doi.org/10.22219/agriecobis.v4i1.15824

BPS. (2022). Produksi Padi Tahun 2021 Turun 0,43 persen (Angka Tetap).

BPS. (2024). Produksi Padi (GKG) (Ton), 2021-2023. 2024. https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQ2IzI=/produksi-padi--gkg-.html

Cyprianus, S. P., Muhammad, A. R., & Riki, M. A. (2022). Analisis Pendapatan Usahatani Padi Sawah di Desa Simpang Panei Raya, Kecamatan Panei, Kabupaten Simalungun. Jurnal Agriust, 3(1), 26–31. https://doi.org/10.54367/agriust.v3i1.2580

Dasipah, E., & Gantini, T. (2024). Mengoptimalkan tataniaga dari ladang ke meja. CV. Mega Press Nusantara.

Dhea, R. S. N., & Nuri, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 213–223. https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853

Durroh, B. (2020). Efektivitas Penggunaan Mesin Panen (Combine Harvester) Pada Pemanenan Padi Di Kabupaten Bojonegoro. SINTA Journal (Science, Technology, and Agricultural), 1(1), 7–13. https://doi.org/10.37638/sinta.1.1.7-13

Fajriyah, A., & Fuad, H. (2020). Saluran, Margin, Dan Efisiensi Pemasaran BebekPedaging Di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. Agriscience, 1, 12–25.

Fikri, M. R., Ema, P., & Gribaldi. (2023). Analisis Tata Niaga Bawang Merah Di Desa Sidomulyo Kecamatan Belitang Kabupaten Oku Timur Analysis. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh, 10(3), 1786–1799.

Firdaus, Fitri, S., & Karisman, H. (2020). Analisis Margin Tataniaga dan Farmer's Share Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kecamatan Babahroet Kabupaten Aceh Barat Daya. Agriflora, 4(2), 95–104.

Gusti, M. I., Gayatri, S., & Prasetyo, A. S. (2022). The Affecting of Farmer Ages, Level of Education and Farm Experience of the farming knowledge about Kartu Tani beneficial and method of use in Parakan Distric, Temanggung Regency. Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah, 19(2), 209–221. https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.926

Hafizh, M., Suparto, H., & Sofyan, A. (2025). Studi Penggunaan Alat Pengolahan Lahan Pada Budidaya Padi Sawah di Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar Study of the Use of Land Cultivation Equipment in Lowland Rice Cultivation in. 8(1), 1–12.

Hayati, Z., Herdiana, & Sari, N. (2023). Analisis Efisiensi Pemasaran Gula Semut Di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Teknosains: Media Informasi Sains Dan Teknologi, 17(1), 54–59. Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, disebabkan usaha di sektor pertanian merupakan usaha yang

© 2026 Author

sangat menjanjikan seperti bisnis gula semut yang semakin menjanjikan. Kini usaha-usaha skala kecil sudah mulai merambah ke b

Jana, M., & Syarif, M. (2024). Analisis Marjin dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung di Kabupaten Pamekasan Madura. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6(1), 508–517.

Khairunnisa, R., Ratna, W., & Wahyu, P. B. (2022). Analisis efisiensi pemasaran beras di east ogan komering ulu timur. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 22, 265–272.

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6(1), 33–39.

Maharani, A., & Albrian, P. F. (2020). Analisis Faktor Tingkat Pendidikan , Jenis Kelamin , dan Status Perkawinan Terhadap Pendapatan di Indonesia Berdasarkan. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan, 4(1), 13–22. https://doi.org/10.26740/jpeka.v4n1.p13-22

Maharani, I. A., Anggreini, I. G. A. A. L., & Dewi, I. A. L. (2022). Analisis Tataniaga Garam Di Desa Les, Kecamatan Tejakula, Kabupaten Buleleng. Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA), 6(3), 972–984. https://doi.org/10.15797/concom.2019..23.009

Maman, U., Aminudin, I., & Novriana, E. (2021). Efektifitas Pupuk Bersubsidi Terhadap Peningkatan Produktivitas Padi Sawah. Jurnal Agribisnis Terpadu, 14(2), 176. https://doi.org/10.33512/jat.v14i2.13268

Nadya, S. C., & Nia, R. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta. Jurnal Agribisnis Indonesia, 10(1), 113–125. https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.113-125

Nurhayati, R., Husaini, M., & Rosni, M. (2020). Analisis Saluran dan Efiiensi Pemasaran Beras di Desa Berangas Kecamatan Pulau Laut Timur Kabupaten Kotabaru. Frontier Agribisnis, 4(3), 76–81.

Prasada, I. Y. (2023). Analisis Pemasaran Padi dan Beras di Kabupaten Kebumen Paddy and Rice Marketing Analysis in Kebumen Regency. Jurnal Semarak, 1(2), 1–10.

Prasetya, Y. A., Qurniati, R., & Herwanti, S. (2020). Saluran Dan Margin Pemasaran Durian Hasil Agroforestri Di Desa Sidodadi. Jurnal Belantara, 3(1), 32–40. https://doi.org/10.29303/jbl.v3i1.315

Rahayu Sri. (2023). Analisis Tataniaga Kelapa Di Desa Patampanua Kecamatan Matakali Kabupaten Polewali Mandar Sri. 1–50.

Saleh, L. (2020). Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe. JAS (Jurnal Agri Sains), 4(2), 140. https://doi.org/10.36355/jas.v4i2.425

Sayaka, B., Dabukke, F. B. M., & Suharyono, S. (2020). Membangun Kemandirian Industri Benih Padi Nasional. Jurnal Ekonomi Indonesia, 9(3), 189–207. https://doi.org/10.52813/jei.v9i3.65

Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. https://library.bpk.go.id/koleksi/detil/jkpkbpkpp-p-1RENPFknuz

Sumarni, B. (2021). Analisis farmer's share komoditas bawang merah. Jurnal Agercolere, 3(2), 52–56. https://doi.org/10.37195/jac.v3i2.130

Supriono, A. (2023). Analisis Efisensi Pemasaran Gabah Di Desa Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar. AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam, 8(I), 1–19.

Supriyadi, Siti, F. A., & Siti, A. N. (2023). PRINSIP TEORI ORGANISASI KLASIK MENURUT HENRY FAYOL. Jurnal Manajemen Strategis, 1(1), 33–42.

Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora, 1(1), 13–23. https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49

Umi, F., Ratya, A., & Condra, N. P. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Di Desa Randuharjo Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto. Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA), 6(3), 840–848.

© 2026 Author

Walis, R. N., Setia, B., & Isyanto, Y. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Produksi Padi Di Desa Pamotan Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh, 8(3), 648. https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.5419

Warsani, S. P., Anindya Astrid Desy, & Laili, I. (2021). Riman Kabupaten Tanah Karo. Unimus, 4, 2166–2175.

Yohanes, L., Natelda, T. R., & Luhukay M Johanna. (2021). Analisis Margin Pemasaran Produk Sagu (Studi Kasus Bioindustri Sawa) Di Negeri Waraka Kabupaten Maluku Tengah. Jurnal Agribisnis Kepulauan, 9(1), 32–44.

© 2026 Author