

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BERAS ORGANIK
PETANI ANGGOTA ALIANSI PETANI PADI ORGANIK
BOYOLALI (APPOLI)**

Skripsi



Oleh :

Tsalitsa Fadhila Rabbaniyah

H0815128

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2020**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BERAS ORGANIK
PETANI ANGGOTA ALIANSI PETANI PADI ORGANIK
BOYOLALI (APPOLI)**

**Yang diajukan dan disusun oleh :
Tsalitsa Fadhila Rabbaniyah
H0815128**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal : 30 Juli 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Ketua



Dr. Ir. Heru Irianto, M.M.
NIP. 196305141992021001

Anggota I



Raden Rara Aulia Qonita, S.P., M.P.
NIP. 198211112008122002

Anggota II



Setyowati, S.P., M.P.
NIP. 197103221996012001

Surakarta, 13 Oktober 2020

Mengetahui,
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Pertanian
Dekan



Prof. Dr. Samanhudi, S.P., M.Si.
NIP. 196806101995031003

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan hanya kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Organik Petani Anggota Aliansi Petani Padi Organik Boyolali (APPOLI)”. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Samanhudi, S.P., M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Dr. Umi Barokah, S.P., M.P. selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Bapak Dr. Ir. Heru Irianto, M.M. selaku Pembimbing Utama yang telah begitu sabar memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan masukkan yang sangat berharga bagi penulis.
5. Ibu Raden Rara Aulia Qonita, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Pendamping yang telah begitu sabar memberikan bimbingan, motivasi, masukkan serta arahan yang sangat berharga selama masa studi bagi penulis.
6. Ibu Setyowati, S.P., M.P. selaku Dosen Penguji yang telah membantu, mendukung, serta memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
7. Kepala Kantor KESBANGPOL dan BAPPEDA Kabupaten Boyolali beserta staff yang telah memberikan izin penelitian.
8. Bapak Endro selaku Ketua Aliansi Petani Padi Organik Boyolali beserta Pak Hendra dan Pak Bayu yang telah memberikan izin penelitian dan bantuan dalam penyediaan data serta informasi yang dibutuhkan penulis.

commit to user

9. Kepala Badan Pusat Statistik Kabupaten Boyolali beserta staff yang telah memberikan bantuan dalam penyediaan data yang dibutuhkan penulis.
10. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
11. Seluruh Karyawan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan bantuan selama masa studi penulis.
12. Kedua orang tua tercinta, kakak dan adik yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, nasihat.
13. Sahabat-sahabat seiman seperjuangan yang tergabung dalam Pengurus HMI Komisariat FP UNS dan HMI Cabang Surakarta terutama Farchan, Fanny, Devy, Gesti yang membantu menjaga keistiqomahan.
14. Elyn, Bunga, Icha, Tito, dan Ao yang selalu kebersamai, memotivasi, dan memberikan doa, serta menjaga keistiqomahan.
15. Teman-teman Agribisnis 2015 (Dandelion) yang selalu kebersamai.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun di kesempatan yang akan datang. Akhirnya Penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca.

Surakarta, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Tinjauan Pustaka	13
C. Kerangka Berpikir	22
D. Pembatasan Masalah	25
E. Definisi Operasional dan Konsep Pengukuran Variabel	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Metode Dasar Penelitian	27
B. Metode Penentuan Lokasi Penelitian	27
C. Metode Penentuan Responden	27
D. Jenis dan Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Metode Analisis Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Kondisi Umum Penelitian	32
1. Kondisi Geografis	32
2. Keadaan Pendidikan	33
3. Keadaan Pertanian	34
4. Kondisi Perekonomian	36
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	39
1. Aliansi Petani Padi Organik Boyolali (APPOLI)	39
2. Identitas Responden	43
3. Analisis Saluran Pemasaran	47
4. Analisis Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran	51
5. Analisis Efisiensi Pemasaran	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Topik Organik di Media Massa Indonesia 2015	2
Tabel 2. Luas Area Organik di Kota/Kabupaten (Ha)	3
Tabel 3. Luas Area Komoditas Beras Organik di Jawa Tengah	4
Tabel 4. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 5. Luas Wilayah Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Boyolali	33
Tabel 6. Banyaknya Penduduk menurut Jenis Kelamin dan Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Boyolali, 2014–2018	34
Tabel 7. Luas Penggunaan Sawah, Tegal, Perkebunan, dan Kehutanan di Kabupaten Boyolali 2018	35
Tabel 8. Produksi Padi Menurut Kecamatan di Kabupaten Boyolali 2018 ...	35
Tabel 9. PDRB dan Distribusi Presentase PDRB Kabupaten Boyolali atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2018	37
Tabel 10. Laju Implisit Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Boyolali 2015–2018	38
Tabel 11. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Kelompok Umur di APPOLI	44
Tabel 12. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Pendidikan di APPOLI	45
Tabel 13. Jumlah dan Persentase Luas Lahan Petani Beras Organik Anggota APPOLI	46
Tabel 14. Jenis Saluran Pemasaran dan Jumlah Petani Responden di APPOLI Kabupaten Boyolali	50
Tabel 15. Rata-Rata Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Beras Organik Petani Anggota APPOLI Pada Saluran Pemasaran I	52
Tabel 16. Rata-Rata Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Beras Organik Petani Anggota APPOLI Pada Saluran Pemasaran II	55
Tabel 17. Rata-Rata Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Beras Organik Petani Anggota APPOLI Pada Saluran Pemasaran III	57
Tabel 18. Perbandingan Total Biaya, Total Keuntungan dan Total Margin Pemasaran serta <i>Farmer's share</i> Saluran I, II, dan III Beras Organik Petani Anggota APPOLI	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian	24
Gambar 2. Bagan Saluran Pemasaran I Petani Beras Organik Anggota APPOLI ...	47
Gambar 3. Bagan Saluran Pemasaran II Petani Beras Organik Anggota APPOLI..	47
Gambar 4. Bagan Saluran Pemasaran III Petani Beras Organik Anggota APPOLI.	47



commit to user

RINGKASAN

Tsalitsa Fadhila Rabbaniyah H0815128. 2020. Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Organik Petani Anggota Aliansi Petani Padi Organik Boyolali (APPOLI). Dibimbing oleh Dr. Ir. Heru Irianto, M.M dan Raden Rara Aulia Qonita, S.P., M.P. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Boyolali memiliki kontribusi dan peluang yang cukup besar dalam perkembangan beras organik di Jawa Tengah. Fokus program dari APPOLI yaitu mengembangkan rantai pemasaran beras organik secara integral, komprehensif dan berkesinambungan. APPOLI memiliki wilayah kerja di 5 kecamatan, 10 desa dan 13 kelompok. APPOLI telah mencapai 237 anggota petani bersertifikat dengan luas lahan 104,15 Ha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran beras organik petani anggota APPOLI, untuk mengetahui besar margin pemasaran beras organik petani anggota APPOLI, dan untuk mengetahui besar efisiensi pemasaran beras organik petani anggota APPOLI.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitis. Lokasi penelitian di Aliansi Petani Padi Organik Boyolali. Responden merupakan petani padi organik anggota APPOLI yang bersertifikat. Metode penentuan responden adalah *random sampling*. Jumlah responden sebanyak 37 responden. Sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling*. Analisis data terdiri dari analisis saluran pemasaran, biaya, keuntungan, dan margin pemasaran, serta analisis efisiensi pemasaran beras organik. Semakin besar bagian yang diterima petani (*farmer's share*), maka pemasaran semakin efisien.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang digunakan petani beras organik anggota APPOLI meliputi, saluran pemasaran I yang terdiri dari petani, pedagang besar 1, pedagang besar 2, pedagang pengecer, dan konsumen, saluran pemasaran II yang terdiri dari petani, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen, dan saluran pemasaran III yang terdiri dari petani, pedagang pengecer, dan konsumen. Saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp28.166,00/kg pada beras putih, Rp28.990,00/kg pada beras merah, dan Rp47.341,00/kg pada beras hitam. Pada saluran pemasaran II sebesar Rp12.476,00/kg pada beras putih dan Rp13.500,00/kg pada beras merah. Pada saluran pemasaran III sebesar Rp5.700,00/kg pada beras putih, Rp14.000,00/kg pada beras merah dan Rp5.000,00/kg pada beras hitam. *Farmer's share* saluran pemasaran I sebesar 19% pada beras putih, 18% pada beras merah, dan 14% pada beras hitam. Pada saluran pemasaran II sebesar 34% pada beras putih dan 29% pada beras merah. Pada saluran pemasaran III yaitu sebesar 62% pada beras putih, 44% pada beras merah, dan 80% pada beras hitam. Saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran yang efisien. Saran yang diberikan adalah APPOLI sebaiknya mengefisienkan biaya pengangkutan dengan membuat koordinator petani yang mengumpulkan beras organik dahulu agar pengiriman dilakukan dengan skala besar dan pemerintah sebaiknya menelaah sistem agribisnis beras organik, dan memberikan informasi pasar khusus beras organik, serta memberikan bantuan fasilitas teknologi informasi, pelatihan atau penyuluhan sehingga petani memiliki pemasaran beras organik yang efisien.

commit to user

SUMMARY

Tsalitsa Fadhila Rabbaniyah H0815128. 2020. Analysis of Marketing Efficiency of Organic Rice Farmers Members of Aliansi Petani Padi Organik Boyolali (APPOLI). Supervised by Dr. Ir. Heru Irianto, M.M and Raden Rara Aulia Qonita, S.P., M.P. Faculty of Agriculture, Sebelas Maret University, Surakarta.

Boyolali has a significant contribution and opportunity in the development of organic rice in Central Java. The focus of the program from APPOLI is to develop organic rice marketing chains in an integrated, comprehensive and sustainable manner. APPOLI has working areas in 5 sub-districts, 10 villages and 13 groups. APPOLI has reached 237 certified farmer members with a land area of 104.15 Ha. This study aims to determine the marketing channels for APPOLI member farmers 'organic rice marketing, to determine the marketing margins of APPOLI member farmers' organic rice marketing, and to determine the efficiency of organic rice marketing for APPOLI member farmers.

The basic methods used in this research are descriptive and analytical methods. Research location at the Boyolali Organic Rice Farmers Alliance. Respondents are certified organic rice farmers who are members of APPOLI. The method of determining respondents is random sampling. The number of respondents was 37 respondents. The sample traders use the snowball sampling method. Data analysis consisted of analysis of marketing channels, costs, profits, and marketing margins, as well as analysis of marketing efficiency of organic rice. The larger the farmer's share, the more efficient the marketing is.

The results showed that the marketing channels used by APPOLI member organic rice farmers included, marketing channel I which consisted of farmers, large traders 1, large traders 2, retailers and consumers, marketing channel II consisting of farmers, wholesalers, and retailers. , and consumers, and marketing channel III which consists of farmers, retailers and consumers. Marketing channel I has a marketing margin of IDR 28,166.00 / kg for white rice, IDR 28,990.00 / kg for brown rice, and IDR 47,341.00 / kg for black rice. In the second marketing channel, it was IDR 12,476.00 / kg for white rice and IDR 13,500.00 / kg for brown rice. In marketing channel III, the amount is IDR 5,700.00 / kg for white rice, IDR 14,000.00 / kg for red rice and IDR 5,000.00 / kg for black rice. Farmer's share of marketing channel I is 19% on white rice, 18% on brown rice, and 14% on black rice. In the second marketing channel, it was 34% for white rice and 29% for brown rice. Marketing channel III is 62% for white rice, 44% for brown rice, and 80% for black rice. Marketing channel III is an efficient marketing channel. The advice given is that APPOLI should make transportation costs more efficient by making a farmer coordinator who collects organic rice first so that delivery is carried out on a large scale and the government should review the organic rice agribusiness system, and provide information on the special market for organic rice, as well as provide assistance with information technology facilities, training or counseling so farmers have efficient organic rice marketing.