

ANALISIS SUPPLY CHAIN BERAS ORGANIK DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

Abdul Rahman Cemda¹⁾, Rahmat Suryanto Pirngadi^{1*)}, Liona Laksa¹⁾

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

*Email Korespondensi : rahmatsuryanto@umsu.ac.id

DOI : <https://doi.org/10.36841/agribios.v23i02.6531>

Abstrak

Serdang Bedagai adalah Kabupaten penghasil beras organik terbesar di Provinsi Sumatera Utara, peningkatan produksi beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai berbanding lurus dengan bertambahnya luas lahan padi organik. Meningkatnya permintaan konsumen terhadap beras organik bukan berarti petani memperoleh keuntungan yang lebih besar, karena terdapat beberapa pelaku pasar dalam proses distribusi beras organik sampai ketangan konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, margin keuntungan yang diterima oleh setiap pelaku pemasaran serta *Farmer's Share* rantai pasok beras organik di kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif deskriptif dengan metode *snowball sampling*. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa, terdapat empat pola saluran pemasaran beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai. Fungsi-fungsi lembaga pemasaran beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai terdiri dari fungsi pembelian, penjualan, pengeringan, penggilingan, penimbangan, pengemasan dan transportasi. Pada saluran 1 tidak terdapat margin pemasaran, karena petani secara langsung menjual beras organik kepada konsumen dengan nilai *Farmer's Share* 100%. Pada saluran pemasaran 2 margin pemasaran sebesar Rp. 7.000/Kg dengan nilai *Farmer's Share* 48,1%. Pada saluran pemasaran 3 margin pemasaran sebesar Rp. 2.500/Kg dengan nilai *Farmer's Share* 40,6%, dan pada saluran pemasaran 4 margin pemasaran sebesar Rp. 4.500/Kg dengan nilai *Farmer's Share* 36,1%.

Kata kunci: Supply Chain, Beras Organik

Abstract

Serdang Bedagai is the largest organic rice producing district in Sumatra Utara. The largest producer of organic rice in North Sumatra Province, the increase in production of organic rice in Serdang Bedagai Regency is directly proportional to the increase in organic rice land area. Increased consumer demand for organic rice does not mean that farmers get greater profits, because there are several market players in the process of distributing organic rice to consumers. The purpose of this study is to determine the pattern of marketing marketing channels, marketing functions, profit margins received by each marketing actor as well as Farmer's Share. and Farmer's Share of the organic rice supply chain in Serdang Bedagai Regency. This research uses a descriptive qualitative analysis approach with a snowball sampling method. The results of this study found that there are four patterns of organic rice marketing channels in Serdang Bedagai Regency. The functions of organic rice marketing institutions in Serdang Bedagai Regency consist of the functions of buying, selling, drying, milling, weighing, packaging and transport. In channel 1 there is no marketing margin, because farmers directly sell organic rice to consumers with the Farmer's, share value of 100%. In marketing channel 2, the marketing margin of Rp. 7,000/Kg with a Farmer's Share value of 48.1%. In marketing channel 3, the marketing margin is Rp. 2,500/Kg with a Farmer's Share value of Share value of 40.6%, and in marketing channel 4 the marketing margin is Rp. 4,500/Kg with a Farmer's Share value of 36.1%.

Keywords: Supply Chain, Organic Rice

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian berkelanjutan (*sustainable agriculture*) di Indonesia saat ini menjadi isu strategis untuk menuju Indonesia dalam mewujudkan kedaulatan pangan dan kesejahteraan petani (Lagiman, 2020). Selain dari itu, peran dari pembangunan pertanian

berkelanjutan yang termuat dalam SDGs (*Sustainable Developement Goals*) menitikberatkan pada permasalahan bagaimana mengurangi tingkat kemiskinan, kecukupan pangan, konsumsi, produksi berkelanjutan dan mengatasi perubahan iklim yang timbul akibat dari daya dukung lingkungan yang semakin menurun (FAO Food and Agriculture, 2022).

Tanaman padi adalah tanaman pangan yang mendominasi di Indonesia, dimana padi yang menghasilkan beras adalah makanan pokok masyarakat di negara Indonesia, sehingga permintaan beras dari masyarakat sangat tinggi. (Listiani et al., 2019). Dalam praktiknya, pertanian padi organik hanya menggunakan pupuk kompos dan kotoran ternak sebagai unsur hara alami dan penggunaan pestisida nabati sebagai pembasmi hama serangga, jamur dan jenis penyakit lainnya yang menyerang tanaman padi sawah organik, oleh karen itu tanaman padi organik juga disebut sebagai pertanian yang ramah lingkungan (Noviani & Sri Wahyuni, 2019).

(Heizer et al., 2017) menyatakan bahwa *supply chain* atau pasok adalah sebuah kegiatan yang mengelola berbagai aktivitas dalam rangka mendapatkan bahan mentah menjadi yang diolah menjadi barang setengah jadi serta barang jadi dan mendistribusikannya kepada konsumen melalui sistem distribusi yang mencakup seluruh pelaku pemasaran yang terlibat dalam kegiatan distribusi barang tersebut.

Tingginya permintaan di pasar global terhadap beras organik menjadi salah satu peluang bagi petani dalam meningkatkan pendapatan berbasis pertanian yang ramah lingkungan, karena selama ini perlakuan pada budidaya padi sawah non organik sangat banyak menggunakan bahan-bahan kimia yang bahaya bagi kesehatan masyarakat yang mengkonsumsinya. Bahan kimia yang sering dipakai oleh petani padi non organik seperti pestisida kimia, pupuk kimia, insektisida kimia dan zat perangsang pertumbuhan tanaman (Pinem et al., 2020). Varietas beras organik seperti menthik susu, sembada merah dan sembada hitam di targetkan enam bulan kedepan mencapai produksi yang optimal, sehingga untuk meningkatkan pendapatan petani harus ada strategi yang tepat dalam proses distribusi pemasaran beras organik dari mulai petani hingga produk sampai ketangan konsumen (Belinda, Widayastuti, Hamidah Siti, Utami, 2023). Budidaya beras organik telah menghasilkan kontribusi yang tinggi untuk pemasukan bagi rumah tangga petani di Desa Suka Makmur BTS Ulu, dimana para petani memperoleh keuntungan rata-rata Rp. 34.100.000/tahun, penghasilan petani dari budidaya padi organik telah menyumbang sebanyak 34,12% dari total pendapatan rumah tangga petani (Primalasari & Puspitasari, 2021). (Cemda et al., 2024) Pendapatan bersih yang diterima oleh petani padi organik yang ada di Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai yaitu sebesar Rp. Rp. 29.583.850/Ha/MT, dimana permintaan dan harga jual terhadap beras organik semakin hari semakin meningkat.

(Fauziah et al., 2021) menyatakan bahwa efisiensi kemampuan rantai penjualan beras organik dari kelompok tani Sari Alam didapatkan bahwa, margin keuntungan yang diperoleh kelompok tani Sari Alam sangat besar dibandingkan dengan margin keuntungan yang diperoleh oleh *retailer*, dimana margin keuntungan yang diperoleh kelompok Sari Alam pada penjualan beras organik yaitu sebesar Rp. 8,600/Kg, sedangkan margin keuntungan yang diperoleh oleh *retailer* dari penjualan beras organik hanya sebesar Rp. 2,740/Kg. Terdapat empat saluran pemasaran pada beras organik payo, dimana margin keuntungan yang diperoleh dari setiap saluran pemasaran dengan nilai *Farmer's Share* diatas 50%, artinya *supply chain* dari pemasaran beras organik payo dikategorikan telah efisien (Mukhtasida et al., 2022). (Ningsih et al., 2024) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran beras semi organik di Kecamatan Mepanga Kabupaten Parigi Moutong, dimana margin pemasaran yang didapatkan pada saluran pemasaran pertama, kedua dan ketiga secara berturut-turut adalah Rp. 1.000/Kg,

Rp. 2.000/Kg dan Rp. 5.000/Kg. Pada saluran pemasaran yang ketiga memberikan keuntungan yang lebih besar kepada pelaku pasar beras semi organik dengan rantai pemasaran yang lebih pendek hanya melibatkan petani, koperasi dan konsumen. (Ariyanti et al., 2024) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa, terdapat tiga saluran *supply chain* beras organik UD Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso, pola saluran pemasaran beras organik pertama dinilai memberikan keuntungan yang lebih besar bagi UD Gapoktan Al Barokah karena memiliki rantai pemasaran yang pendek dibandingkan pola pemasaran kedua dan ketiga. Dimana pada pola pemasaran beras organik pertama hanya melibatkan UD Gapoktan Albarokah, pedagang pengecer dan konsumen akhir beras organik.

Kabupaten Serdang Bedagai adalah Kabupaten penghasil produksi padi sawah terbesar kedua di Provinsi Sumatera Utara, dimana 13% dari total keseluruhan produksi padi di provinsi Sumatera Utara dihasilkan dari Kabupaten Serdang Bedagai.

Pada saat ini Serdang Bedagai juga menjadi salah satu Kabupaten penghasil beras organik terbesar di Provinsi Sumatera Utara. Setiap tahunnya luas lahan dan produksi padi organik di Kabupaten Serdang Bedagai terus meningkat, dimana pada tahun 2021 luas lahan padi organik seluas 64 Ha dan pada tahun 2022 luas lahan padi organik bertambah menjadi 72 Ha. Bertambahnya luas lahan juga diikuti dengan bertambahnya jumlah produksi, dimana pada tahun 2021 jumlah produksi padi organik sebesar 327.27 ton, sedangkan pada tahun 2022 jumlah produksi naik menjadi 33.02 ton.

Peningkatan jumlah lahan padi organik di Kabupaten Serdang Bedagai tidak terlepas dari tingginya permintaan beras organik dan harga jual beras organik. Tingginya permintaan dan harga jual ini membuat para petani yang sebelumnya membudidayakan padi non organik, perlahan-lahan beralih membudidayakan padi organik dengan pertimbangan permintaan pasar yang terus meningkat dan harga yang tinggi. Tingginya permintaan dan harga jual beras organik, bukan berarti petani diuntungkan dalam proses distribusi pemasaran beras organik sampai ketangan konsumen, karena ada beberapa pelaku pasar dalam proses distribusi beras organik hingga beras tersebut sampai ditangan konsumen.

Rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, margin keuntungan yang diterima oleh setiap pelaku pemasaran beras organik dan *Farmer's Share* rantai pasok beras organik, karena sampai saat ini belum diketahui saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, margin keuntungan yang diterima oleh setiap pelaku pemasaran beras organik dan *Farmer's Share* rantai pasok beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai, mulai dari petani padi organik, usaha penggilingan padi di tingkat Kabupaten, pedagang luar Kabupaten dalam Provinsi dan pedagang luar Provinsi. Walaupun permintaan dan harga terhadap beras organik semakin meningkat, bukan berarti petani mendapat keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pelaku pemasaran beras organik lainnya.

METODE PENELITIAN

Adapun rancangan kegiatan dalam penelitian ini yaitu, pertama mengidentifikasi seluruh pelaku pemasaran beras organik di setiap Kecamatan yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai. Kedua, mengukur kinerja *supply chain* dengan menghitung seluruh biaya produksi, pendapatan, jumlah produksi penerimaan dan *share* margin dari setiap pelaku pemasaran beras organik melalui tabel saluran pemasaran beras organik. Ketiga membuat dan membagikan kuesioner kepada seluruh pelaku pemasaran beras organik yang dijadikan sebagai responden. Keempat, mengolah data yang didapatkan melalui questioner yang telah dibagikan kepada responden. Kelima mendapatkan hasil tentang siapa saja pelaku pemasaran yang terlibat dalam *supply chain* beras organik di Kabupaten

Serdang Bedagai serta gambaran dari setiap saluran pemasaran beras organik. Adapun objek dalam penelitian ini yaitu seluruh pelaku pemasaran beras organik yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini dimulai pada bulan Januari 2025. Penentuan lokasi penelitian menggunakan pendekatan (*purposive*) dengan alasan bahwa, Kabupaten Serdang Bedagai adalah Kabupaten penghasil beras organik terbesar di Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan metode *snowball sampling*. Analisis kualitatif dengan pendekatan metode *snowball sampling* digunakan untuk memperoleh informasi awal dari petani sebagai *key informant* pelaku pemasaran beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai hingga beras organik tersebut sampai ketangan konsumen. Metode *snowball sampling* juga dijadikan sebagai alat untuk menganalisis seberapa banyak saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, margin keuntungan yang diterima oleh setiap pelaku pemasaran beras organik dan *Farmer's Share* rantai pasok beras organik. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 20 responden yang terdiri dari 10 orang petani padi organik, 2 orang pemilik penggilingan padi organik, 5 orang pedagang luar Kabupaten dan 3 orang pedagang luar Provinsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data luas tanam, jumlah produksi dan produktivitas beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara dari tahun 2019-2022 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Data Padi Organik Kabupaten Serdang Bedagai 2019-2022

Tahun	Luas Tanam (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2019	28	232,42	8,30
2020	28	161,71	5,78
2021	64	327,27	5,20
2022	72	343,02	4,76

Sumber : Data Skunder Dinas Pertanian Serdang Bedagai 2023.

Tabel 1 menunjukkan bahwa, produksi padi organik di Kabupaten Serdang Bedagai terus meningkat dari tahun ke tahun. Seiring bertambahnya luas tanam padi organik, maka jumlah produksi juga ikut bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2019 luas tanam hanya 28 Ha dengan jumlah produksi 232,42 ton, dimana rata rata produksi 8,30 ton/ha, sedangkan pada tahun 2022 luas tanam meningkat menjadi 72 ha dengan total produksi mencapai 343,02, artinya bertambahnya luas lahan berbanding lurus dengan bertambahnya jumlah produksi, sementara produktivitas pada tahun 2022 menurun dari tahun-tahun sebelumnya yaitu hanya mencapai 4,76 ton/ha. Kecamatan Perbaungan adalah Kecamatan yang paling luas menanam padi organik di Kabupaten Serdang Bedagai, dimana 38% luas lahan padi organik yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai ada di Kecamatan Perbaungan. Adapun varietas yang banyak digunakan oleh petani padi organik di Kabupaten Serdang Bedagai yaitu varietas Pandan Wangi dan Mantik Susu. Alasan petani banyak menggunakan varietas ini yaitu karena tingginya permintaan konsumen terhadap beras organik yang berasal dari varietas Pandan Wangi dan Mantik Susu.

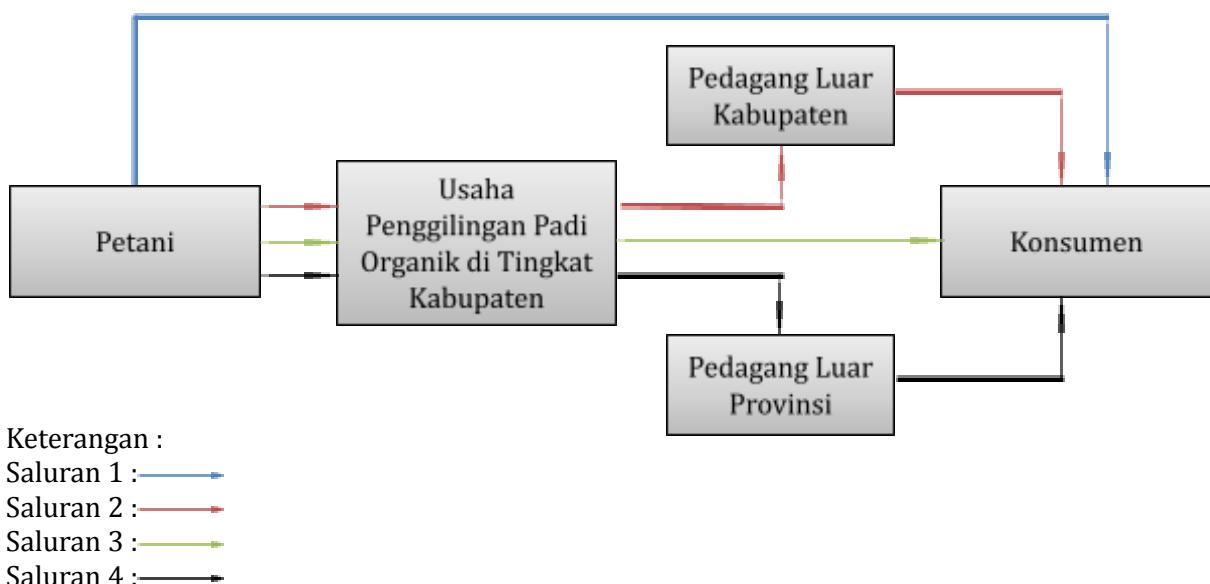
Pola Saluran Pemasaran Beras Organik

(Roberta S. Russell & Taylor, 2019) Proses menciptakan dan mengirimkan produk barang dan jasa sampai kepada konsumen akhir yang kegiatan awalnya berasal dari kegiatan yang terintegrasi dari organisasi sumber dan proses yang dilakukan disebut rantai pasok. Dalam hal ini, rantai pasok beras organik yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai mencakup petani, pedagang pengumpul Kabupaten, pedagang luar Kabupaten, dan pedagang luar

Provinsi. Terdapat empat saluran rantai pasok beras organik yang ada di kecamatan Serdang Bedagai diantaranya :

- ② Pola Saluran 1 : Petani – Konsumen.
- ② Pola Saluran 2 : Petani – Usaha Penggilingan Padi – Konsumen
- ② Pola Saluran 3 : Petani – Usaha Penggilingan Padi – Pedagang Luar Kabupaten – Konsumen.
- ② Pola Saluran 4 : Petani – Usaha Penggilingan Padi – Pedagang Luar Porvinsi – Konsumen.

Adapun skema rantai pasok saluran pemasaran beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai, dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. Skema *Supply Chain* Beras Organik

Fungsi-fungsi Pemasaran Beras Organik

Selain melakukan kegiatan pemasaran beras organik, setiap pelaku pemasaran beras organik yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai juga melakukan beberapa aktivitas yang disebut sebagai kegiatan fungsi-fungsi pelaku pemasaran. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh setiap pelaku pemasaran beras organik yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai, dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Fungsi-fungsi pemasaran beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai

Fungsi Lembaga Pemasaran	Petani	Penggilingan Ditingkat Kabupaten	Pedagang Luar Kabupaten	Pedagang Luar Provinsi
Pembelian	-	√	√	√
Penjualan	√	√	√	√
Pengeringan	√	√		
Penggilingan	√	√		
Penimbangan	√	√		
Pengemasan	√	√		
Transportasi	-	√	√	√

Data Primer : Diolah 2025

Dari tabel 2 dapat dijelaskan bahwa, petani sebagai pelaku pemasaran beras organik pada kegiatannya dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasarannya terdiri dari dua kegiatan, dimana fungsi-fungsi pemasaran yang dijalankan petani pada saluran pemasaran 1 terdiri dari mulai pengeringan, penggilingan, penimbangan, pengemasan dan menjual beras organik sampai ketangan konsumen akhir, sementara pada saluran pemasaran 2, saluran pemasaran 3 dan 4, fungsi-fungsi pemasaran petani hanya sebatas memasarkan gabah kepada usaha penggilingan padi. Pabrik penggilingan gabah memainkan seluruh fungsi lembaga pemasaran beras organik, mulai dari pembelian gabah kepada petani, melakukan pengeringan gabah, penggilingan gabah menjadi beras, penimbangan, pengemasan ke dalam karung, transportasi pengantaran beras organik dan menjualnya kepada konsumen, pedagang yang ada di luar kota dan pedagang yang ada di luar Provinsi. Pedagang luar Kabupaten dalam fungsinya sebagai lembaga pemasaran beras organik hanya melakukan kegiatan pembelian beras organik dari penggilingan padi, transportasi serta menjualnya ke konsumen, sedangkan pedagang luar Provinsi menjalankan fungsi lembaga pemasarannya sama dengan apa yang dilakukan oleh pedagang luar Kabupaten yaitu melakukan pembelian beras organik, transportasi dan menjualnya kembali kepada konsumen. Dari semua lembaga pemasaran beras organik yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai hanya penggilingan ditingkat Kabupaten yang paling banyak melakukan aktifitas dari menjalankan fungsi-fungsi pemasaran. Dalam memperkuat fungsi-fungsi pemasaran beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai, sejalan dengan hasil penelitian (Lasitya, D.S; Irwandi, 2022) yang menyatakan bahwa, pabrik penggilingan beras paling banyak melakukan aktifitas fungsi-fungsi pemasaran jika dibandingkan dengan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras di kecamatan Sukorejo, kabupaten Pasuruan, seperti petani, tengkulak, pedagang besar dan pedagang pengecer.

Margin Pemasaran dan Farmer's Share

(Dhal & Hamound, 1977) Tujuan menghitung margin pemasaran yaitu untuk mengetahui seberapa besar bagian dari harga yang dibayar oleh konsumen akhir yang menjadi pendapatan dari setiap pelaku dalam rantai pemasaran, atau dengan kata lain tingkat perbedaan harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen. (Abbott & Makeham, 1979) Mendefinisikan *Farmer's share* sebagai bagian dari harga konsumen yang mencerminkan imbalan langsung kepada petani atas hasil produksi mereka, setelah dikurangi biaya distribusi, pengolahan, dan pemasaran.

Tabel 3. Margin Pemasaran dan Farmer's Share Rantai Pasok Beras Organik

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran		Saluran Pemasaran 1 (Rp)	Saluran Pemasaran 2 (Rp)	Saluran Pemasaran 3 (Rp)	Saluran Pemasaran 4 (Rp)
1	Petani	Harga Jual	11.500	6.500	6.500	6.500
2	Usaha Penggilingan Padi Organik	Harga Beli	-	6.500	6.500	6.500
		Harga Jual	-	13.500	13.500	13.500
		Margin	-	7.000	7.000	7.000
3	Pedagang Luar Kabupaten	Harga Beli	-	-	13.500	-
		Harga Jual	-	-	16.000	-

	Margin	-	-	2.500	-
4 Pedagang Luar Provinsi	Harga Beli	-	-	-	13.500
	Harga Jual	-	-	-	18.000
	Margin	-	-	-	4.500
	Total Margin	-	7.000	9.500	11.500
	<i>Farmer's Share</i>	100%	48,1%	40,6 %	36,1%

Data Primer : Diolah 2025

Dari tabel 3 dapat dijelaskan bahwa, terdapat 4 saluran pemasaran beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai. Saluran pemasaran pertama terdiri dari Petani yang menjual langsung beras organik kepada konsumen. Saluran pemasaran 2 yang terdiri dari petani padi organik yang menjual gabahnya kepada usaha penggilingan padi dan beras organik dijual kepada konsumen. Pada saluran pemasaran 3 terdiri dari petani padi organik yang menjual gabahnya kepada usaha penggilingan padi dan beras yang dihasilkan dari penggilingan padi dijual kepada pedagang luar Kabupaten dan pedagang luar Kabupaten menjualnya kepada konsumen. Pada saluran pemasaran yang ke empat, petani padi organik yang menjual gabahnya kepada usaha penggilingan padi dan beras yang dihasilkan dari penggilingan padi dijual kepada pedagang luar Provinsi dan pedagang luar Provinsi menjualnya kepada konsumen akhir.

Pada saluran pemasaran 1, petani secara langsung melakukan kegiatan fungsi pemasarannya seperti pengeringan, penggilingan, penimbangan dan pengemasan. Setelah dilakukan pengemasan biasanya para konsumen secara langsung datang kepada petani membeli beras organik. Dimana pada saluran pemasaran 1 ini harga jual beras organik dari petani kepada konsumen sebesar yaitu sebesar Rp. 11.500 dimana margin pemasaran yang diterima oleh petani dalam saluran pemasaran 1 yaitu sebesar Rp. 11.500/Kg beras organik dan *Farmer's Share* yang diterima petani sebesar 100%.

Pada saluran pemasaran 2, petani secara langsung menjual gabah kepada usaha penggilingan padi dengan harga jual Rp. 6.500/Kg, dan usaha penggilingan padi melakukan kegiatan fungsi pemasarannya seperti pembelian gabah, pengeringan, penggilingan, penimbangan, pengemasan dan menjual beras organik kepada konsumen dengan harga jual yaitu Rp. 13.500/Kg. Margin pemasaran yang diterima oleh usaha penggilingan padi yaitu sebesar Rp.7.000/Kg beras organik, dengan persentase *Farmer's Share* sebesar 48,1%.

Pada saluran pemasaran 3, petani secara langsung menjual gabah kepada usaha penggilingan padi dengan harga jual Rp. 6.500/Kg, dan usaha penggilingan padi melakukan kegiatan fungsi pemasarannya seperti pembelian gabah, pengeringan, penggilingan, penimbangan, pengemasan dan menjual beras organik kepada pedagang yang berdomisili diluar Kabupaten lain, dengan harga jual yaitu Rp. 13.500/Kg. Adapun fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang luar Kabupaten yaitu melakukan pembelian beras organik, transportasi pengambilan beras organik, dan menjualnya kepada konsumen. Margin pemasaran yang diterima oleh pedagang luar Kabupaten yaitu sebesar Rp. 2.500/Kg beras organik, dengan persentase *Farmer's Share* sebesar 40,6%.

Pada saluran pemasaran 4, petani secara langsung menjual gabah kepada usaha penggilingan padi dengan harga jual Rp. 6.500/Kg, dan usaha penggilingan padi melakukan kegiatan fungsi pemasarannya seperti pembelian gabah, pengeringan, penggilingan, penimbangan, pengemasan dan menjual beras organik kepada pedagang yang ada diluar provinsi, dengan harga jual yaitu Rp. 13.500/Kg. Adapun fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang luar Provinsi yaitu melakukan pembelian beras organik,

transportasi pengambilan beras organik, dan menjualnya kepada konsumen. Margin pemasaran yang diterima oleh pedagang luar kabupaten yaitu sebesar Rp. 4.500/Kg beras organik, dengan persentase *Farmer's Share* sebesar 36,1%.

Pada pembahasan diatas dapat diketahui, bahwa petani sangat diuntungkan pada skema saluran pemasaran 1, dimana petani mendapat keuntungan tambahan sebesar Rp. 5.000, jika petani menjual hasil produksi dalam bentuk beras organik kepada konsumen. Skema ini biasanya dijalankan oleh petani yang jumlah luas lahannya terbatas sehingga produksi yang dihasilkan juga relatif sedikit, sehingga sangat memungkinkan bagi petani untuk melakukan kegiatan pengeringan gabah, penggilingan, penimbangan dan pengemasan sebelum dijual ke konsumen akhir. Bagi petani dengan luas lahannya diatas 0,5 ha, mereka cenderung menjual gabahnya kepada pihak penggilingan padi organik yang ada di tingkat Kabupaten, dikarenakan keterbatasan sarana seperti tempat pengeringan dan lainnya.

Dalam mendukung hasil penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian (Mukhtasida et al., 2022) menyatakan bahwa, dari empat saluran pemasaran beras organik varietas payo di Kecamatan Gunung Raya, Kabupaten Kerinci saluran pemasaran 1 yang memberikan keuntungan besar bagi petani, dimana saluran pemasaran 1 terdiri dari petani dan konsumen beras organik varietas payo, dimana harga jual beras organik dari petani ke konsumen yaitu Rp. 11.250/Kg dengan nilai persentase *farmer's share* rantai pasok saluran 1 yaitu 100%.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, terdapat empat saluran pemasaran beras organik di Kabupaten Serdang Bedagai. Saluran pemasaran 1 terdiri dari petani dan konsumen. Saluran pemasaran 2 terdiri dari petani, penggilingan ditingkat kabupaten dan konsumen. Saluran pemasaran 3 terdiri dari petani, penggilingan ditingkat Kabupaten dan pedagang di luar Kabupaten, dan saluran pemasaran 4 terdiri dari petani, penggilingan ditingkat Kabupaten dan pedagang diluar Provinsi Sumatera Utara. Fungsi-fungsi lembaga pemasaran beras organik di Kabupaten Deli Serdang terdiri dari fungsi pembelian, penjualan, pengeringan, penggilingan, penimbangan, pengemasan dan transportasi. Lembaga pemasaran yang paling banyak menjalankan fungsi-fungsinya dalam kegiatan pemasaran beras organik di Kabupaten Deli Serdang yaitu pertama penggilingan di tingkat kabupaten, kedua petani, ketiga pedagang diluar kabupaten dan ke empat pedagang diluar Provinsi Sumatera Utara. Besarnya margin pemasaran dan nilai persentase *Farmer's Share* yang diperoleh dari setiap saluran pemasaran yaitu, pada saluran pemasaran 1, tidak terdapat margin pemasaran, karena petani secara langsung menjual beras organik kepada konsumen, sedangkan nilai *Farmer's Share* yaitu sebesar 100%. Pada saluran pemasaran 2 margin pemasaran yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 7.000/Kg dengan nilai *Farmer's Share* sebesar 48,1%. Pada saluran pemasaran 3 margin pemasaran yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 2.500/Kg dengan nilai *Farmer's Share* sebesar 40,6%, dan pada saluran pemasaran 4 margin pemasaran yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 4.500/Kg dengan nilai *Farmer's Share* sebesar 36,1%, dimana total margin pada saluran pemasaran 2 sebesar Rp. 7.000/Kg, pada saluran pemasaran 3 yaitu sebesar Rp. 9.500/Kg dan pada saluran pemasaran 4 yaitu sebesar Rp. 11.500/Kg. Adapun implikasi dari penelitian ini yaitu : Pertama pada saluran pemasaran, dimana semakin pendek saluran pemasaran maka akan semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh petani beras organik. Kedua peran dari lembaga pemasaran penggilingan beras organik memiliki peran dominan dalam menjalankan kegiatan fungsi pemasaran, implikasinya lembaga pemasaran penggilingan beras organik menjadi sektor strategis dalam menentukan harga jual beras organik. Ketiga pemasaran beras organik yang menjangkau pasar luar Daerah dan luar Provinsi implikasinya menjadi peluang bagi petani untuk meningkatkan produksi guna memenuhi skala permintaan

pasar beras organik baik yang berada di luar Kabupaten maupun yang berada diluar Provinsi. Adapun saran dari penelitian ini yaitu, pertama melakukan penguatan saluran pemasaran, kedua melakukan optimalisasi peran penggilingan, ketiga melakukan pengembangan kemitraan pemasaran, keempat melakukan diversifikasi produk dan branding serta kelima meningkatkan keterlibatan peran dari pemerintah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan (DILITBANG) Pimpinan Pusat Muhammadiyah yang telah mendanai penelitian ini melalui program Hibah RisetMU Batch VIII Tahun 2024 dengan nomor kontrak: 0258.367/I.3/D/2025.

REFERENSI

- Abbott, J. C., & Makeham, J. P. (1979). *Agricultural Economics and Marketing in the Tropics* (Intermedat). Prentice hall Press.
- Ariyanti, O. D., Maula, L. R., & Rianti, T. S. M. (2024). Pola Distribusi Beras Organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Bondowoso. *SEAGRI*, 12(5), 1-137.
- Belinda, Widayastuti, Hamidah Siti, Utami, H. H. (2023). Peramalan Volume Penjualan dan Strategi Pengembangan Usaha Beras Organik Pada Kelompok Tani Rukun di Dusun Padasan, Desa Pakembinangun, Kapanewon Pakem, Kabupaten. *Agricosiabus*, 2(1), 115-122.
- Cemda, A. R., Pirngadi, R. S., & Siregar, A. F. (2024). Analisis Pendapatan Petani Padi Organik dan Pendapatan Petani Non Organik Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 1830-1842. <https://doi.org/10.25157/ma.v10i2.13641>
- Dhal, D. C., & Hamoud, J. W. (1977). *Market and Price Analysis The Agricultural Industries* (.Mc.Graw Hill (ed.)). Book Company.
- F A O Food and Agriculture. (2022). FAO and the Sustainable Development Goals. *FAO and the Sustainable Development Goals*, 1-8. <https://doi.org/10.4060/cc2063en>
- Fauziah, R., Astutiningsih, E. T., & Rini, N. K. (2021). Efisiensi Kinerja Rantai Pasok Beras Organik "Beras Raos." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(3), 1-10. <https://doi.org/10.20956/jsep.v17i3.14821>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management : Sustainability and Supply Chain Management* (14 (ed.)). Pearson Education Limited.
- Lagiman. (2020). Pertanian Berkelanjutan: Untuk Kedaulatan Pangan dan Kesejahteraan Petani. *Prosiding Seminar Nasional FP UNV Yogyakarta*, 368-369. http://eprints.upnyk.ac.id/24326/1/b4 FULL PAPER_LAGIMAN.pdf
- Lasitya, D.S; Irwandi, P. K. (2022). Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Beras Di Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(1), 169-176.
- Listiani, R., Setiadi, A., & Santoso, S. I. (2019). Analisis Pendapatan Usahatani Pada Petani Padi Di Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1), 50-58. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v3i1.4018>
- Mukhtasida, B. A., Napitupulu, D., & Edison, E. (2022). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Beras Payo Di Kecamatan Gunung Raya, Kabupaten Kerinci. *Journal Agribusiness And Local Wisdom*, 5(2), 12-27.

- <https://mail.online-journal.unja.ac.id/JALOW/article/view/23103%0Ahttps://mail.online-journal.unja.ac.id/JALOW/article/download/23103/14945>
- Ningsih, S. B., Antara, M., & Wibawa, I. G. L. (2024). Analisis Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Mepanga Kabupaten Parigi Moutong. *Jurnal Pembangunan Agribisnis*, 3(3), 299–304.
- Noviani, N., & Sri Wahyuni. (2019). Peranan Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Pendapatan Usahatani Padi Sawah Organik (*Oryza sativa L.*) Di Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan. *Prosiding Seminar Nasional & Exspo Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 762–766.
- Pinem, F. G., Simbolon, J. B., Siburian, F., & Sinaga, R. E. (2020). Analisis Komparatif Usaha Tani Padi Organik Dengan Padi Non Organik (Studi Kasus : Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai). *Jurnal Agroteknosains*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.36764/ja.v4i1.298>
- Primalasari, I., & Puspitasari, M. S. (2021). Analisis Pendapatan Usahatani Padi Organik dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Rumahtangga Di Kecamatan BTS Ulu Kabupaten Musi Rawas. *Journal of Food System and Agribusiness*, 5(2), 99–106. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v5i2.1959>
- Roberta S. Russell, & Taylor, B. W. (2019). *Operation & Supply Chain Management*. Microsoft Corporation.