

**RANTAI DISTRIBUSI GABAH ORGANIK DI KABUPATEN  
PADANG PARIAMAN**

**OLEH**

**MELDY EKA PUTRA**

**1110222021**



**Pembimbing :**

**Ir. M. Refdinal, M.Si**

**Yusmarni, SP. M.Sc**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2016**

# RANTAI DISTRIBUSI GABAH ORGANIK DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola distribusi, serta mendeskripsikan besarnya margin pemasaran, bagian yang diterima petani dan efisiensi pada pemasaran gabah organik di Kabupaten Padang Pariaman. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Kelompok Tani Pelita Gunung, Kelompok Tani Hidayah, Kelompok Tani Budi Saiyo dan pedagang yang terlibat dalam pemasaran. Penelitian dilakukan pada 28 April – 27 Mei 2016 dengan mengambil data penjualan gabah organik dari petani produsen sampai pada konsumen akhir dalam bentuk produk beras, untuk periode penjualan Januari – Maret 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran gabah organik di Kabupaten Padang Pariaman, yaitu Saluran I (Petani Produsen – Pedagang Pengumpul Pengecer – Konsumen Akhir) dan Saluran II (Petani Produsen – Konsumen Akhir). Pada saluran I petani menjual dalam bentuk gabah, sedangkan pada saluran II petani menjual dalam bentuk beras yang berlabel organik. Berdasarkan analisa Margin Pemasaran, analisa Bagian yang Diterima Petani dan analisa Efisiensi, maka saluran II memiliki tingkat efisiensi lebih baik pada analisa Margin Pemasaran (Rp. 1.788) dan analisa Bagian yang Diterima Petani (79,64%), sedangkan saluran I memiliki tingkat efisien lebih baik pada analisa Efisiensi (17,41%). Berdasarkan tersebut, Saluran yang lebih baik dilewati petani adalah Saluran II karena petani melakukan penjualan dalam bentuk beras dan diberikan kemasan yang berlabel organik. Tetapi dibutuhkan perbaikan Saluran dengan cara meningkatkan harga jual petani dari Rp 14.000/kg.

**Kata Kunci:** *Distribusi, Gabah Organik, Pemasaran*



## THE CHAIN DISTRIBUTION OF THE ORGANIC PADDY AT PADANG PARIAMAN REGERENCY

### Abstract

This research aims to describe the models of distribution, the marketing margin, the part of receiving by farmers, and the efficiency of marketing of the organic Paddy at Padang Pariaman. The research used a describe method. The population in the research are the members of farmer cooperation and the traders. The research was done from April 28<sup>th</sup> – mei 27<sup>th</sup> 2016 with using the selling of paddy organic data taken by the producers to the consumers. The result indicated that there were two distributions of organic paddy: Channel 1. Farmers – Traders – Whole Seller – consumers, Channel 2. Farmers – consumers. In the first channel a farmers was selling the grains but in the second channel a farmers was selling the organic rice with packaging. Based on the marketing margin analysis, the part receiving by farmers, and the efficiency of marketing the organic Paddy, the channel II is more efficient than channel I with the value of 17,41%. The study conclude that the channel II is better tnah channel I. It is suggested that the farmer to optimize sales on distribution however it is needed to increase the price of the paddy about 14.000 kg.

**Keywords:** *Distributions, marketting, organic paddy.*

