

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BERAS ORGANIK**  
(Studi Kasus di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh,  
Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat program studi strata satu (S1)



Disusun oleh:

ALOYSIUS

04220436

JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA  
MALANG

2011

**“Riwayat Hidup”**

Data pribadi

Nama : Aloysius

TTL : Randaw, 24 oktober 1983

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Khatolik

Kewarganegaraan : WNI

Alamat : Jl. Gatot Subroto No. 21C  
Ketapang (Kal-Bar)

Rawayat pendidikan:

SD : SDN 17 Randaw Jekak, lulus tahun 1998

SMP : SMP Usaba 2 Ketapang, lulus tahun 2001

SMK/SMU : SMKN 2 Ketapang, lulus tahun 2004

Perguruan tinggi : UNIKA WIDYA KARYA  
MALANG, lulus tahun 2011

Malang\_14 Februari 2011

## “Lembar Persembahan”

Thank's for GOD “**Jesus Christ**” firman Mu adalah pelita bagi kaki Q dan terang bagi jalan Q. Thank's for “**Bunda Maria**” peliharalah kami agar dapat tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik

Thank's for “my family” **Ayahanda** ter'cinta' (alm) terima kasih sudah menanamkan prinsip hidup bagi anak mu, karena prinsip itu kami tetap melangkah mewujudkan cita2. **Ibunda** ter'kasih' setiap kata mu adalah firman bagi Q, dan **Ka2k-ka2k** Q apa yang Q tuai adalah benih yang kalian tabur.

Thank's for dosen2 Q **FAPERTA AGRIBISNIS**, ibu Sari Perwita, MSIE, ibu Lisa Kurniawati, MS, bapak Stefanus Jufra M. Taneo, MS, MSc semua dosen **FAPERTA** dan Staff Fakultas Pertanian setiap kata mu adalah Hmu bagi Q.

Thank's for teman2 **FAPERTA Sosek\_04** (Arnol, Dodi, Andre, & Thomson “dodi & arnol”ayo cepatan le2t amat semangat 45' donk!!!... he3 dasar penganut “**KOTAK**” terima kasih juga u/ adek2 angkatan **SOSEK** or **THP** jaga selalu kekompakannya, coz itulah sumber kekuatan kita anak **FAPERTA**.

Thank's for anak2 kos klakas IIC<sup>1</sup>\_350 "Cak Romy" tq atas kebersamaan kita yg tak pernah berakhir walau terpisah ruang dan waktu" ka2k "JM" hanya Tuhan yg bisa membalas semua kebaik'an mu, "Hardjian HRady" tq broo!!..semua bantuannya, "Fino Erasmuz online2" kul bujur2 jank usah bengkok2, sa'punk keponakan "Mz Baztian" manak gile pacaranak nantik kul kau ga2l & tmn2 Q II F Mr. DJ, Mr. Hery tq broo...sudah mau menjadi sahabat2 Q kapan kita main PS lg nich.....

Thank's for Mrs. Anita atas perhatiannya, pengertiannya, terima kasih atas segalanya. Thank's for my computer & printer, yg setia membantu q kabas pun dibutalakan. Thank's for t4 penelitian Klp Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngrooh yg telah menerima saya dengan baik & melakukan penelitian.

Thank's for maz Kecenk, sering2 aja ya gratis di Warnanya, & buat nbal kantin tq ataz kopinya, bu Handini tg ataz mesin kefknya.

"Thank's For All"

"GBU"

**Motto**

Orang yang sukses adalah orang yang bisa bangkit kembali saat dia terjatuh, dan orang yang tak pernah jatuh takkan pernah tau bagaimana carax untuk bangkit kembali

Maka berbahagialah kita yang diciptakan Tuhan sebagai makhluk yang tidak sempurna, karena ketidaksempurnaan itulah kita belajar untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

## “Renungan”

Janganlah khawatir tentang hari esok, karena hari esok punya kekhawatirannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari. Serahkan segala kekhawatiran mu kepada-Nya, sebab Ia memelihara kamu. Tuhan adalah setia, Ia akan menguatkan hatimu dan memelihara kamu terhadap yang jahat. Janganlah gelisah dan gentar hatimu

(Mat 6:34; 1Pet 5:7; Tes 3:3; Yoh 14:27)

Tuhan adalah penolongku. Aku tidak akan takut. Apakah yang dapat dilakukan manusia terhadap aku? Segala hal dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku

(Ibr 13:6; Fil 4:13)

You are my hiding place

You protect me

From trouble

You surround me

With joyous song's of

Salvation

(Psalm 32:7)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang**” dapat terselesaikan.

Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan segala kemurahannya terutama kepada:

1. Ir. Lisa Kurniawati, MS selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan saran
2. Ir. Sari Perwita, MSIE selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran
3. Teman-teman mahasiswa Jurusan Agribisnis, khususnya angkatan 2004 yang telah memberikan bantuan dan motivasi
4. Semua pihak, yang telah membantu baik waktu, pikiran, materi maupun tenaga dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan demikian penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak guna penyempurnaan skripsi ini.

Malang, Februari 2011

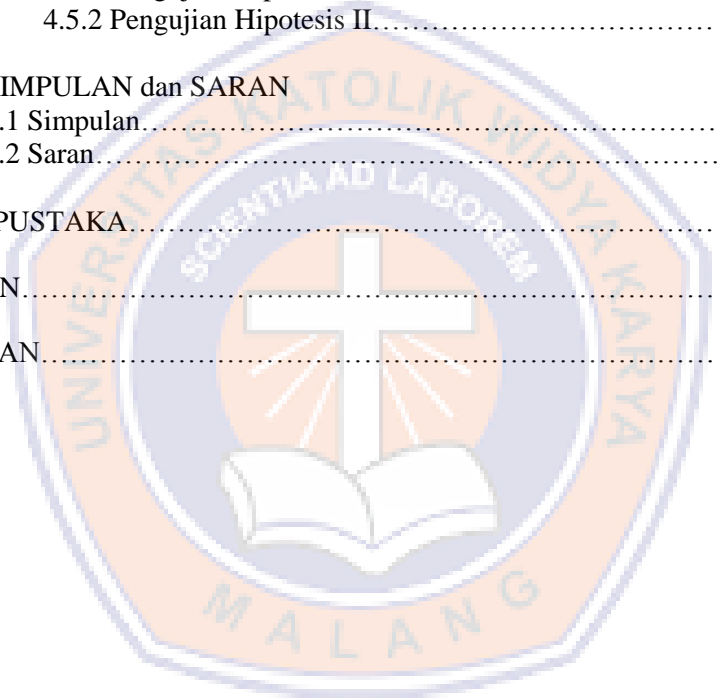
Penulis

**DAFTAR ISI**

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Umum Pemasaran.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Biaya Pemasaran.....	6
2.1.3 Efisiensi Pemasaran.....	6
2.1.4 Fungsi-Fungsi Dalam Sistem Pemasaran.....	7
2.1.5 Lembaga-Lembaga Pemasaran.....	8
2.1.6 Masalah dalam Pemasaran Produk Pertanian.....	11
2.2 Biaya Produksi.....	13
2.3 Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP).....	15
2.4 Tujuan Pertanian Organik.....	17
2.5 Tanaman Padi ( <i>Oryza sativa</i> ).....	19
2.6 Hipotesis Penelitian.....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Penentuan Lokasi Penelitian.....	23
3.2 Metode Pengumpulan Sampel.....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4 Metode Analisis Data.....	25
3.4.1 Pengujian Hipotesis I.....	25

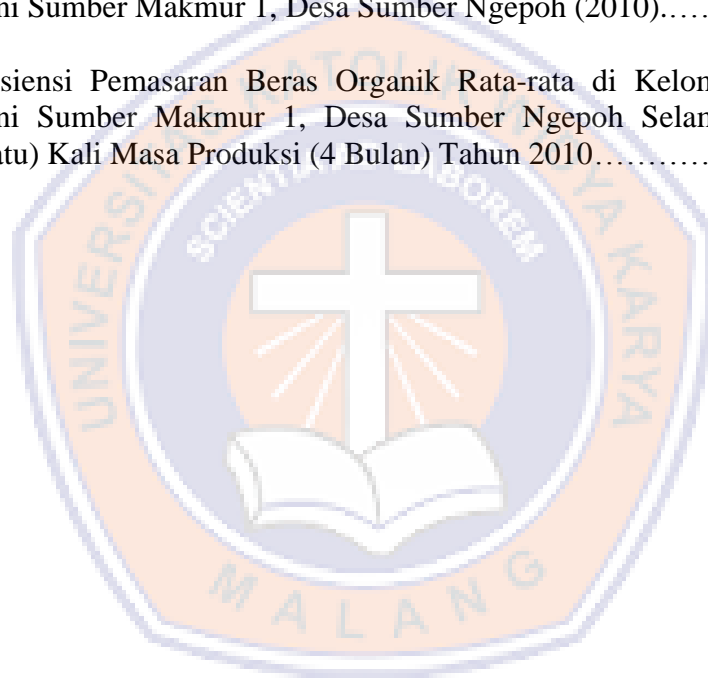


	3.4.2 Pengujian Hipotesis II.....	26
	3.5 Variabel Penelitian.....	28
	3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
<b>BAB</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>IV</b>	4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian.....	31
	4.2 Peranan Kelompok Tani dalam Perkembangan Pertanian Organik.....	36
	4.3 Deskripsi Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh.....	38
	4.4 Hubungan antara Luas Lahan dan Persentase Jumlah Petani Pemilik Lahan.....	40
	4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	42
	4.5.1 Pengujian Hipotesis I.....	42
	4.5.2 Pengujian Hipotesis II.....	46
<b>BAB</b>	<b>SIMPULAN dan SARAN</b>	
<b>V</b>	5.1 Simpulan.....	48
	5.2 Saran.....	49
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>52</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>54</b>
	<b>RINGKASAN.....</b>	<b>68</b>



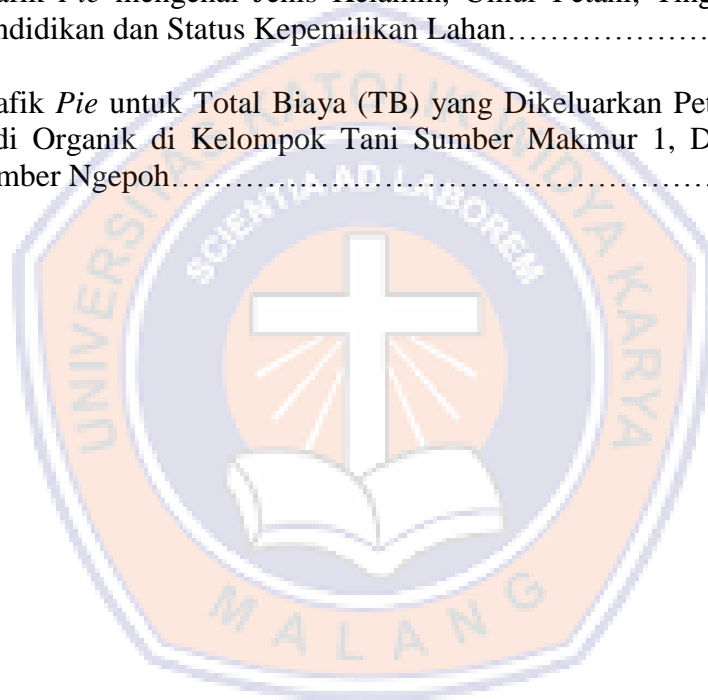
**DAFTAR TABEL**

No	Teks	Halaman
1	Frekuensi Distribusi Karakteristik Petani Responden Tahun 2010.....	38
2	Luas Lahan dan Persentase (%) Jumlah Petani Pemilik Lahan Tahun 2010.....	41
3	Tabel 3. <i>Cash Flow</i> Usaha Tani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh (2010).....	42
4	Efisiensi Pemasaran Beras Organik Rata-rata di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh Selama 1 (Satu) Kali Masa Produksi (4 Bulan) Tahun 2010.....	45



**DAFTAR GAMBAR**

No	Teks	Halaman
1	<i>Total Cost, Fixed Cost, dan Variable Cost</i> .....	14
2	Kurva <i>Break Event Point</i> (BEP).....	15
3	Struktur Organisasi Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh.....	37
4	Grafik <i>Pie</i> mengenai Jenis Kelamin, Umur Petani, Tingkat Pendidikan dan Status Kepemilikan Lahan.....	40
5	Grafik <i>Pie</i> untuk Total Biaya (TB) yang Dikeluarkan Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh.....	43



**DAFTAR LAMPIRAN**

No	Teks	Halaman
1	Kuisioner untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang Kabupaten Malang.....	54
2	Kuisioner untuk Ketua Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang Sebagai Orang yang Bertanggungjawab dalam Kegiatan Pemasaran Beras Organik yang dalam Pengisiannya dibantu oleh Bagian Pemasaran.....	57
3	Biaya Tetap selama 1 (Satu) Periode Tanam (4 Bulan) untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang.....	58
4	Biaya Variabel selama 1 (Satu) Periode Tanam (4 Bulan) untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang.....	59
5	Biaya Pemasaran Beras Organik selama 1 (Satu) Periode Tanam (4 Bulan) untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang.....	61
6	Biaya Total Usaha Tani Padi Organik selama 1 (Satu) Periode Tanam (4 Bulan) untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang.....	62
7	Efisiensi Pemasaran Beras Organik untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang.....	63
8	Titik Impas Harga Jual (P BEP) untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang .....	64
9.	Titik Impas Produksi (Q BEP) untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang .....	65
10.	Total Penerimaan (TR) untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang.....	66

11	Total Penerimaan (TR) untuk 44 Petani Padi Organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang.....	67
----	--	----



**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BERAS ORGANIK  
(Studi Kasus di Kelompok Petani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh,  
Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang)**

Oleh  
ALOYSIUS  
04220436

**INTISARI**

Usaha tani padi organik menghadapi berbagai permasalahan terutama yang terkait dengan efisiensi pemasaran. Pemasaran yang efisien adalah ketika total biaya yang dikeluarkan petani lebih kecil dari total nilai produk yang diterima ( $TB < TNP$ ) dan efisiensi pemasaran juga dipengaruhi oleh *Break Even Point* (BEP), semakin rendah nilai titik impas akan menyebabkan EP yang semakin tinggi ( $< 100\%$ ). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efisiensi pemasaran beras organik dan untuk mengetahui BEP dari harga jual dan jumlah produksi beras organik yang dapat dihasilkan petani dalam satu kali masa produksi.

Penelitian dilaksanakan di Kelompok tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang. Metode sensus digunakan dalam penentuan sampel, dengan total populasi sebanyak 44 petani. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi, dengan metode analisis data kuantitatif. Hipotesis penelitian: 1) Pemasaran beras organik belum efisien. 2) Harga jual dan jumlah produksi beras organik sudah mencapai *Break Even Point* (BEP).

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan efisiensi pemasaran dicapai nilai sebesar 64,66%,. Hal tersebut berarti bahwa total biaya yang dikeluarkan petani hanya sebesar 64,66% dari total nilai produk yang terjual. Untuk BEP harga jual sebesar Rp. 4.849 dan BEP produksi sebesar 1.855 kg, berarti harga jual yang ditetapkan petani sebesar Rp. 7.500 dan produksi yang dihasilkan sebesar 2.870 kg sudah mencapai BEP. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, berarti pemasaran beras organik di Kelompok tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh sudah mencapai BEP.

**ANALYSIS OF ORGANIC RICE MARKETING EFFICIENCY  
(Case study at Sumber Makmur Farmer's Group 1, Sumber Ngepoh village,  
Lawang district, Malang regency)**

By  
ALOYSIUS  
04220436

**ABSTRACT**

Organic rice Farming faces various problem's especially marketing efficiensi. Efficient marketing is total cost smaller than total revenue ( $TB < TNP$ ) and marketing efficiency also been regarded by *Break Even Point* (BEP), progressively contemns break even point point will cause EP that excelsior ( $< 100\%$ ). To the effect of observational it is subject to be know organic rice marketing efficiency and to know BEP of sell price and organic rice production amount that disasilkan can farmer in once production term.

Executed research at agglomerate Prosperous Source Farmer 1, Ngepoh Source village, Lawang district, Baleful regency. Census method is utilized in Sample determination, with full scale population as much 44 farmer's. Acquired data via interview and documentation, with analisis's method quantitative data. Observational hypothesis: 1 ) organic rice Marketings was efficient. 2 ) Price sell and total organic rice productions have reached *Bbreak Even Point* (BEP).

Base analisis's result point out marketing efficiency is reached assesses as big as 64,66 %,. That thing weights that total cost that issued by farmer just as big as 64,66% of total product point that sold. To BEP price sells as big as Rp. 4.849 and BEP is productions as big as 1.855 kg, price matter sells that specified farmer as big as Rp. 7500 and resulting production as big as 2.870 kg have reached BEP. Base that result, therefore gets to be concluded that H0 is refused and H1 is accepted, organic rice marketing matter at agglomerate Prosperous Source Farmer 1, Ngepoh Source village have reached BEP

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perhatian masyarakat dunia terhadap persoalan pertanian dan lingkungan global beberapa tahun terakhir ini menjadi meningkat. Kepedulian tersebut dilanjutkan dengan melaksanakan usaha-usaha terbaik untuk menghasilkan pangan tanpa menyebabkan terjadinya kerusakan sumber daya tanah, air, dan udara. Salah satu usaha yang telah dirintis adalah pengembangan usaha tani padi organik yang akrab lingkungan dan menghasilkan pangan yang sehat (bebas dari obat-obatan dan zat-zat kimia yang membahayakan bagi kesehatan manusia).

Usaha tani padi organik, sebenarnya bukanlah sesuatu yang baru tetapi sudah menjadi kearifan atau pengetahuan tradisional (*indigenous knowledge*) yang sudah membudaya dikalangan kaum tani di Indonesia. Namun, usaha tani padi organik ini mulai ditinggalkan petani ketika teknologi intensifikasi yang mengandalkan bahan agrokimia diterapkan dibidang pertanian. Setelah muncul persoalan dampak lingkungan akibat penggunaan bahan kimia dibidang pertanian, teknologi pertanian organik yang akrab lingkungan dan menghasilkan pangan yang sehat mulai diperhatikan kembali (Sutanto, 2002)

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan yang diimbangi dengan meningkatnya kemampuan daya beli masyarakat ini telah mendorong konsumsi terhadap produk makanan yang aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan terus meningkat. Perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap



produk makanan berlabel hijau inilah yang sejak beberapa tahun terakhir mulai dilihat sebagai peluang pasar yang potensial dan ingin digarap oleh para petani di Jatim dengan mengembangkan budidaya tanaman padi organik (Sutejo dalam [http://www. Bisnis. com](http://www.Bisnis.com) 2007).

Padi adalah salah satu bahan makanan yang mengandung gizi dan penguat yang cukup bagi tubuh manusia, sebab di dalamnya mengandung bahan-bahan yang mudah diubah menjadi energi. Menurut Papanek dalam AAK (1990) mengatakan bahwa, nilai gizi yang diperlukan oleh setiap orang dewasa adalah 1.821 kalori. Apabila kebutuhan tersebut disetarakan dengan beras, maka setiap hari diperlukan beras sebanyak 0,88 kg. Beras mengandung berbagai zat makanan yang diperlukan oleh tubuh, antara lain karbohidrat, protein, lemak, serat kasar, abu dan vitamin. Selain itu beras juga mengandung beberapa unsur mineral, seperti calcium, magnesium, sodium, fospor dan lain sebagainya.

Namun pada kenyataannya prospek pengembangan usaha tani padi organik tersebut seringkali menghadapi berbagai permasalahan, terutama terkait dengan efisiensi pemasaran. Soekartawi (1989) mengatakan bahwa, dalam kaitannya dengan efisiensi pemasaran maka persoalan yang perlu diperhatikan adalah tidak tersedianya komoditas yang cukup dan kontinu, fluktuasi harga, pelaksanaan pasar yang tidak efisien, tidak memadainya fasilitas pemasaran, terpecahnya lokasi produsen dan konsumen, kurang lengkapnya informasi pasar, kurangnya pengetahuan terhadap pemasaran, dan kurang responnya produsen terhadap permintaan pasar. Demikian halnya yang terjadi di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh yang merupakan salah satu produsen beras

organik, dimana dalam proses pemasaran tidak adanya kegiatan promosi yang bertujuan untuk mengenalkan produk tersebut kepada konsumen, sekaligus sebagai bentuk respon petani produsen terhadap permintaan pasar, terbatasnya informasi pasar yang diterima petani, sehingga kesulitan dalam penetapan harga jual.

Dengan berbagai keterbatasan tersebut sehingga dalam kegiatan pemasaran, kelompok Tani Sumber Makmur 1 hanya dengan cara menunggu pembeli atau termasuk sistem pemasaran langsung, dimana konsumen langsung membeli beras organik langsung pada Kelompok Tani Sumber Makmur 1, dengan demikian, maka telaah mengenai analisis efisiensi pemasaran beras organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh perlu untuk dilakukan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah efisiensi pemasaran beras organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh?
2. Apakah harga jual dan jumlah produksi beras organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh sudah mencapai *Break Even Point* (BEP)?

## **1.3 Tujuan**

1. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran beras organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh.

2. Untuk mengetahui harga jual dan jumlah produksi beras organik di Kelompok Tani Sumber Makmur 1, Desa Sumber Ngepoh sudah mencapai *Break Even Point* (BEP).

#### **1.4 Manfaat**

1. Memberikan informasi ilmiah mengenai efisiensi pemasaran dan masalah-masalah yang ada dalam kegiatan pemasaran beras organik.
2. Memperluas wawasan produsen padi/beras organik tentang hal-hal yang terkait dalam pemasaran padi/beras organik.
3. Bagi penulis merupakan kesempatan untuk mempraktikkan ilmu yang didapat dibangku kuliah, sekaligus membandingkan antara teori dengan kenyataan dilapangan.

