ANALISIS POLA SALURAN PEMASARAN KOMODITAS PADI DI KECAMATAN SECANGGANG KABUPATEN LANGKAT

Rahmad Iswandi.Lbn¹, Syahbudin^{2*}, Khairul Saleh Lubis³
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area
E-Mail : Syahbudin@uma.ac.id

Abstract

The location of this research was conducted in Secanggang sub-district, Langkat district, which is the center of rice production. The research was conducted in May - July 2017. The samples in this study were 90 rice farmers, 14 traders of middlemen, 8 rice mills, 13 retailers through snowball sampling technique. Data were analyzed descriptively Percentage to channel pattern and marketing margin of paddy. The result of research is in Secanggang subdistrict there are three first channel pattern, farmers to middlemen to rice mills to retailers to consumers; second, farmers to rice mills to retailers to consumers; third, farmers to rice mills to consumers. The highest marketing margin occurred in rice milling (Rp 839.1), middlemen traders (Rp 147.8), and retailers (Rp 1593.3). Meanwhile, based on profit margin value of each institution, traders middleman Rp. 44,7, - per Kg, rice mill earn profit Rp. 605,0, - per Kg, the retailer earns Rp. 1313.0, - per kg of rice marketing value in Kecamatan Secanggang.

Keywords: Rice, Marketing Channel Pattern, Marketing Margin

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Secanggang, kabupaten Langkat, yang merupakan sentra produksi padi. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei - Juli 2017. Sampel dalam penelitian ini adalah 90 petani padi, 14 pedagang tengkulak Padi, 8 penggilingan padi, 13 pedagang pengecer, melalui teknik *snowball sampling*. Data dianalisis secara deskriptif Persentase terhadap pola saluran dan margin pemasaran padi. Hasil penelitian yaitu di Kecamatan Secanggang terdapat tiga pola saluran *pertama*; petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen; *kedua*, petani ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen; *ketiga*, petani ke penggilingan padi ke konsumen. Margin pemasaran tertinggi terjadi pada penggilingan padi (Rp839,1), pedagang tengkulak (Rp147,8), dan pedagang pengecer (Rp1593,3). Sedangkan, berdasarkan nilai marjin keuntungan disetiap lembaga, pedagang tengkulak Rp. 44,7,- per Kg, penggilingan padi memperoleh keuntungan Rp. 605,0,- per Kg, dan pedagang pengecer memperoleh keuntungan Rp. 1313,0,- per Kg dari nilai pemasaran padi di Kecamatan Secanggang, , kabupaten Langkat.

Kata Kunci: Padi , Pola Saluran Pemasaran, Marjin Pemasaran

PENDAHULUAN

Sektor pertanian Provinsi Sumatera Utara berperan penting dalam pembangunan di Sumatera Utara. Berdasarkan hasil Sakernas Agustus 2015, terdapat 2,46 juta penduduk berumur 15 tahun ke atas yang bekerja di sektor pertanian, kehutanan, perburuan, dan perikanan selama seminggu yang lalu dari total penduduk yang bekerja sebanyak 5,96 juta.

Grafik 1. Kontribusi Sektor Pertanian terhadap PDRB Sumatera Utara Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2010-2015

Sumber: BPS Provinsi Sumatera Utara, Dalam angka 2016

Bila dilihat dari Grafik 1. Kontribusi Sektor Pertanian terhadap PDRB Sumatera Utara Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2010-2015, sebagian besar subsektor pertanian pada tahun 2015 mengalami pertumbuhan positif. Salah satu komoditas pertanian yang dikembangkan pemerintah dalam mewujudkan ketahanan pangan adalah padi sawah. Pada Tabel 1 dapat dilihat daerah yang memberikan kontribusi terbesar untuk tanaman padi sawah pada tahun 2015 adalah Kabupaten Simalungun, Kabupaten Serdang, Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Langkat. (BPS, Prov SU, 2016)

Tabel 1. Luas Panen Padi menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2015 (Hektar)

Kabupaten/Kota	Padi		
Sawah	Ladang	Jumlah	
1.Simalungun	89 541	17 244	106 785
2.Deli Serdang	75 105	501	75606
3.Langkat	79 167	433	79640
4.Serdang Bedagai	72 649	7	72656

Sumber: BPS Provinsi Sumatera Utara, Dalam angka 2016

Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Langkat sangat dipengaruhi oleh sektor pertanian yang memiliki kontribusi lebih dari 50 persen dalam pembentukan PDRB nya, Badan Pusat

Statistik (BPS) Kabupaten Langkat 2016 mencatat pada tahun 2015, produksi padi meningkat dari 467.121 ton pada tahun 2013 menjadi 511.729 ton, (Langkat Dalam Angka 2016).

Tabel 2. Luas Panen, Produksi Tanaman Padi Sawah Menurut Kecamatan Di Kabupaten Langkat, 2010-2015.

Kecamatan	Luas Panen (Ha)					Produksi (Ton)				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Sei Bingai	6,096	6,970	6,675	4,073	7,174	37,356	43,592	40,998	25,778	48,812
Secanggang	10,736	12,222	10,212	8,131	11,312	64,062	75,396	58,893	48,412	72,408
Tanjung Pura	9,776	7,477	6,088	6,622	7,262	60,787	45,961	36,686	41,142	48,510
Babalan	8,136	8,479	8,578	8,449	7,028	46,212	49,059	49,624	50,457	45,120

Sumber : BPS Kabupaten Langkat, Dalam Angka 2016.

Kecamatan Secanggang merupakan salah satu daerah yang terdapat pola distribusi padi sawah yang mempengaruhi pendapatan petani. Karena komoditas padi sawah merupakan komoditas unggulan yang di usahakan penduduk di Kecamatan Secanggang, hal ini dapat di lihat pada luas tanam padi sawah yang di usahakan petani Kecamatan Secanggang memiliki luas tanaman padi sebanyak 5.826 ha, dapat di lihat pada tabel 3.

Berdasarkan dari latar belakang penelitian ini rumusan masalah nya adalah :

- 1) Bagaimana Pola saluran pemasaran komoditas padi mulai dari petani sampai ke konsumen akhir di Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat?
- 2) Seberapa besar margin keuntungan yang diterima masing-masing lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran komoditas padi di Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat?

Tujuan Penelitian adalah:

1. Untuk mengidentifikasi pola saluran pemasaran komoditas padi di Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat.
2. Untuk menganalisis margin keuntungan yang diterima pada setiap tingkatan lembaga pemasaran komoditas padi di Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat.

METODE PENELITIAN

Metode Pengambilan Sampel dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel dipadukan dengan *Snowball Sampling*, dimana petani menjadi titik awal (*Starting Point*) yang diambil dari satu kecamatan yang menjadi sentra produksi padi yang berada di Kabupaten Langkat tepatnya di Kecamatan Secanggang. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif persentase dan analisis margin pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Pedagang Tengkulak Di Kecamatan Secanggang

Karakteristik dari 14 Responden Pedagang Tengkulak di Kecamatan Secanggang keseluruhan berjenis kelamin Laki-laki. Disamping itu untuk umur tengkulak di kecamatan secanggang yang paling besar adalah 41-50 tahun dengan jumlah 50%. sedangkan pendidikan terakhir tengkulak SMA sebanyak 11 dan S1 sebanyak 2 atau sebesar 78,6% dan 14,3%. Sementara sebagian besar tengkulak berada di desa dengan jumlah 13 sampel atau sebesar 92,9% serta pekerjaan tengkulak di kecamatan secanggang sebagian besar adalah tengkulak dengan jumlah 13 atau 92,9% dengan pengalaman kerja Rata-rata 8,4 tahun, untuk daerah pembelian padi oleh tengkulak sebagian besar berada di daerah perdesaan yaitu sebesar 90,7%. sedangkan sumber modal adalah kredit sebesar 85,7%. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya keterkaitan usaha antara responden pedagang tengkulak dengan pihak penggilingan padi yang mana pedagang tengkulak merupakan kaki tangan dari penggilingan padi. Kemudian sisanya (14,3%) responden pedagang tengkulak menggunakan modal tabungan untuk melakukan kegiatan usahanya. Responden pedagang tengkulak yang bekerja secara individu bebas memilih kemana mereka akan menjual hasil pembeliannya sesuai dengan keuntungan yang diharapkan. Dalam hal ini responden pedagang tengkulak hanya melakukan penaksiran harga gabah petani di sawah kemudian melakukan pemotongan padi dan menjual kembali dalam bentuk yang sama tanpa memberikan perlakuan khusus.

2. Karakteristik Penggilingan Padi Di Kecamatan Secanggang

Karakteristik dari 8 responden penggilingan padi di Kecamatan Secanggang keseluruhan berjenis kelamin Laki-laki. Jika dilihat dari umur pengusaha penggilingan padi di kecamatan secanggang yang paling besar adalah 41-50 tahun dengan jumlah 62,5 %. sedangkan pendidikan terakhir pengusaha penggilingan padi adalah SMA sebanyak 5 dan S1 sebanyak 2 atau sebesar 62,5% dan 25%. Sementara keseluruhan penggilingan padi berada di desa dengan jumlah 8 atau sebesar 100% serta pekerjaan penggilingan padi di kecamatan secanggang keseluruhan adalah pengusaha dengan pengalaman kerja Rata-rata 11 tahun, untuk daerah pembelian padi oleh penggilingan padi sebagian besar di dominasi di daerah perdesaan yaitu sebesar 87,5%. sedangkan sumber modal sebagian besar adalah kredit sebesar 62,5%. Menunjukkan bahwa sumber modal utama dari penggilingan padi adalah dari pinjaman Kredit. Pada era globalisasi ekonomi sekarang ini,

untuk menambah modal usahanya penggilingan padi sangat mungkin untuk menjalin hubungan dengan lembaga Non bank, karena mereka memiliki aset berupa usahanya untuk dijadikan sebagai agunan. Untuk memenuhi kapasitas gilingnya.

3. Karakteristik Pedagang Pengecer Di Kecamatan Secanggang

Karakteristik dari 13 pedagang pengecer di Kecamatan Secanggang 53,8% berjenis kelamin Laki-laki dan 46,2% Perempuan. Jika dilihat dari umur pedagang pengecer di kecamatan secanggang sebesar 53,8% adalah umur 41-50 tahun, dan 46,2% adalah umur 31-40 tahun. Sedangkan pendidikan terakhir pedagang pengecer di dominasi SMA sederajat sebanyak 11 responden atau sebesar 84,6 %. Sementara pedagang pengecer 92,3% berada di desa. Untuk pekerjaan pedagang pengecer di kecamatan secanggang keseluruhan adalah pedagang. Dengan pengalaman kerja rata-rata 7,15 tahun, untuk daerah pembelian keseluruhan berada di daerah perdesaan sebesar 100%. Sedangkan sumber modal adalah kredit sebesar 46,15% dan tabungan sebesar 46,15%. Pada umumnya pedagang pengecer berada di pasar-pasar di pusat desa dan pusat kecamatan. Dalam hal ini mereka membeli beras dan menjualnya kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada perlakuan apapun hanya saja ada proses pengemasan yang dilakukan agar padi yang sudah menjadi beras tidak akan hilang kualitasnya.

A. Saluran Pemasaran Hasil Panen Petani

Berdasarkan hasil perhitungan menginformasikan bahwa dalam pemilihan saluran Pemasaran hasil panen tidak ada responden petani yang menjual gabah kepada pedagang pengecer dan konsumen. Mayoritas responden petani 65,6% menjual hasil panen mereka kepada pedagang tengkulak, dan sisanya 34,4% responden petani menjual padi kepada penggilingan padi. Responden yang memilih menjual hasil panen kepada tengkulak. Proses penjualan yang dimaksud dalam hal ini adalah hasil dari panen langsung diberi karungoni agar kualitasnya baik. Secara skematis pola saluran pemasaran hasil panen responden petani dapat disimpulkan yaitu;

- a) Dari petani ke pedagang tengkulak,
- b) Dari petani ke penggilingan padi.

B. Saluran Pemasaran Hasil Pembelian Pedagang Tengkulak

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, menginformasikan bahwa dalam pemilihan Saluran Pemasaran hasil pembelian tidak ada responden pedagang tengkulak yang menjual kepada pedagang pengecer dan Konsumen. Keseluruhan (100%) responden pedagang tengkulak menjual hasil pembelian padi mereka ke penggilingan padi, karena pada umumnya (85,7%) responden merupakan kaki tangan dari penggilingan padi di daerah-daerah tersebut. Sisanya (14,3%) responden pedagang tengkulak menjual hasil pembelian gabah mereka

kePenggilinganpadisecarabebas. Secara skematis pola distribusi hasil pembelian responden pedagangtengkulak dapat disimpulkan sebagai berikut;

- a) Dari pedagang tengkulak kepenggilingan padi.

C. SaluranPemasaran Hasil Pembelian Penggilingan Padi

Dalam hal pemasaran beras sebenarnya semua penggilingan padi juga melayani pembelian dari konsumen yang dekat dengan lokasi penggilingan, akan tetapi dalam jumlah yang sangat kecil yaitu 1 sampai 2 karung atau sebesar 10 Kg sampai 20 Kg. Sementara kapasitas giling mereka mampu memproduksi padi sampai dengan 120 ton sampai 300 ton padi dalam 1 kali musim tanam. Jadi, pemilihan saluran pemasaran tersebut merupakan pangsa pasar utama yang dimiliki masing-masing pelaku penggilingan padi. Secara skematis pola distribusi hasil pembelian penggilingan padi dapat disimpulkan sebagai berikut;

- a) Dari penggilingan padi ke pedagang pengecer,
- b) Dari penggilingan padi ke konsumen

D. SaluranPemasaran Hasil Pembelian Pedagang Pengecer.

Dalam hal ini pedagang pengecer merupakan pelaku pemasaran beras yang berhadapan langsung dengan konsumen. Secara skematis pola saluran pemasaran hasil pembelian responden pedagang pengecer dapat digambarkan sebagai berikut;

- a) Dari pedagang pengecer ke konsumen.

1. Analisis Deskriptif Persentase

Hasil perhitungan analisis deskriptif persentase mengenai pemilihan saluran pemasaran padi sawah di Kecamatan Secanggang dapat ditampilkan pada gambar 3.

Gambar 3. Persentase mengenai pemilihan saluran distribusi padi di Kecamatan Secanggang.

Keterangan :

- Saluran Pemasaran hasil panen petani padi sawah
- Saluran Pemasaran hasil pembelian pedagang Tengkulak

- ➡ SaluranPemasaranhasil pembelian penggilingan padi
- ➡ SaluranPemasaran hasil pembelian pedagang pengecer

2. Analisis Marjin Pemasaran

Dalam penelitian ini marjin pemasaran dihitung sebagai selisih antara harga jual padi di tingkat petani dengan harga jual beras di tingkat pengecer. Berdasarkan hasil perhitungan menginformasikan bahwa jenis pembiayaan utamapedagang tengkulak meliputi biaya pengangkutan, dan bongkar muat adalah sebesar Rp103,1. ,- per kilogram padi. Kemudian penggilingan padi sebesar Rp. 234,1,- per kilogram padi.

Berdasarkan hasil perhitungan Pedagang pengecer Rp. 280,3,- per kilogram. Biaya pemasaran (*marketing cost*) tersebut pedagang pengecer lebih banyak mengeluarkan biaya-biaya untuk proses pemasaran padi antara lain biaya perawatan, transportasi, bongkar muat.

Marjin pemasaran (*Marketing Margin*) yang paling tinggi terjadi pada pedagang pengecer (Rp.1593,3), penggilingan padi (Rp.839,1), pedagang tengkulak (Rp147,8).

PEMBAHASAN

1. Pola Saluran Pemasaran Komoditas Padi di Kecamatan Secanggang

Pola distribusi padi sawah di Kecamatan Secanggang ditemukan tiga polasaluran pemasaran, yaitu:

1. Polasaluran pemasaran pertama, Dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen;
2. Polasaluran pemasaran kedua, Dari petani penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen;
3. Polasaluran pemasaran ketiga, Dari petani ke penggilingan padi ke konsumen. Untuk lebih jelasnya struktur aliran tata niaga padi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4. Pola Saluran Pemasaran Komoditas Padi Di Kecamatan Secanggang

Pada saluran pemasaran pertama, petani padi ke pedagang tengkulak merupakan kaki tangan penggilingan padi. Dari pedagang tengkulak disalurkan ke penggilingan padi. Di penggilingan padi gabah dikelompokkan dan mengalami perlakuan khusus meliputi proses pengeringan, penggilingan, dan pengemasan. Beras yang dikemas selanjutnya

disalurkan kepada pedagang pengecer yang berada di pasar-pasar maupun toko-toko. Kedua, dari petani ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen. Ketiga, dari petani ke penggilingan padi ke konsumen. Saluran Pemasaran komoditas padi sawah yang kedua yaitu penggilingan padi (87,5%) langsung menyalurkan berasnya kepada pedagang pengecer di pasar dan toko-toko. Sedikitnya jumlah penggilingan padi yang menjual langsung kepada konsumen dikarenakan kapasitas giling mereka relatif sedikit, yaitu (12,5). Pinjaman modal yang dilakukan penggilingan padi yaitu modal sendiri dan pinjaman bank, Kegiatan yang dilakukan penggilingan padi antara lain; penggilingan, pengemasan dan pengelompokan. Pengelompokan sendiri dilakukan dengan pengelompokan jenis beras yang ada di Kecamatan Secanggang. Pola Saluran Pemasaran komoditas padi yang ketiga, petani (34,4%) menjual padi kepada penggilingan padi. Di penggilingan padi gabah di proses menjadi beras yang selanjutnya disalurkan ke pedagang pengecer, kemudian di salurkan oleh pedagang pengecer ke konsumen. Menurut Sayhza (2003) informasi harga yang diterima petani terutama dari lembaga pemasaran seringkali terdapat perbedaan dengan harga pasar. Petani tidak mengetahui secara pasti naik turunnya harga padi, sementara pedagang tengkulak mendapatkan informasi yang lebih cepat dari lembaga pemasaran lain.

2. Nilai Saluran Pemasaran Komoditas padi

Pada garis besarnya rantai tata niaga komoditas padi sawah di Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat yaitu Dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen. Secara skematis nilai margin pemasaran (*marketing margin*) komoditas padi di Kecamatan Secanggang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 5. Margin Pemasaran pada setiap lembaga pemasaran Padi di Kecamatan Secanggang.

Berdasarkan Gambar 5. margin pemasaran dapat diketahui bahwa panjangnya saluran Pemasaran yang ada di Kecamatan Secanggang memicu tingginya disparitas antara harga padi di tingkat petani dan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya selisih harga padi di tingkat petani dan tingkat konsumen yaitu Rp. 6032,2,-/Kg. Banyaknya pelaku dalam saluran pemasaran menyebabkan besarnya biaya distribusi (margin pemasaran yang tinggi), sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pelaku lembaga pemasaran. Hal ini dikarenakan harga jual dengan pedagang tengkulak umumnya lebih rendah (Rp. 4198,6,-/kg), jika dibandingkan dengan harga jual di penggilingan padi yaitu sebesar Rp. 4346,4,- per kilogram. Sehingga petani yang menjual padi atau gabah ke pedagang tengkulak tidak dapat memperoleh nilai tambah dari kegiatan pemasaran hasil panen padi. Pedagang tengkulak yang membeli padi atau gabah dari petani dengan harga Rp. 4198,6,- per kilogram, yang selanjutnya dijual ke penggilingan padi dengan harga Rp. 4346,4,- per kilogram memperoleh nilai margin Rp. 147,8,- per kilogram. Keuntungan bersih (*net benefit margin*) yang diperoleh pedagang tengkulak dalam mendistribusikan hasil pembelian padi atau gabah dari petani ke penggilingan padi adalah Rp. 44,7,- per kilogram setelah dikurangi dengan biaya pemasaran (*marketing cost*), bongkar muat dan transportasi sebesar Rp. 103,1,- per kilogram. Selanjutnya penggilingan padi yang merubah bentuk gabah atau padi menjadi beras menjualnya ke pedagang pengecer dengan harga jual Rp. 8637,5,- per kilogram beras. Penggilingan padi memperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 839,1,- per kilogram. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh penggilingan padi untuk menyalurkan beras ke pedagang pengecer adalah Rp. 234,1,- per kilogram, dengan keuntungan bersih sebesar Rp. 605,0,- per kilogram. Pedagang pengecer yang merupakan pelaku yang berhadapan langsung dengan konsumen menjual beras tersebut dengan harga Rp. 10230,8,- per kilogram. Margin pemasaran di pedagang pengecer yaitu Rp. 1593,3,- per kilogram. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan bersih Rp. 1313,0,- per kilogram dengan biaya pemasaran yang harus dikeluarkan sebesar Rp. 280,3,- per kilogram untuk biaya transportasi dan bongkar muat. Keuntungan di penggilingan padi tersebut hanya dilihat secara kasar dari hasil kuantitatif rendemen giling (60%). Menurut Balai Besar Pengembangan Mekanisme Pertanian (2005) dalam proses pengolahan padi menjadi beras juga akan menghasilkan nilai tambah, yaitu hasil kandungan bekatul (8-10%) dan sekam (23%) yang semuanya mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Kenyataan ini menunjukkan bahwa proses pengolahan sangat menentukan nilai tambah dari setiap kegiatan pasca panen dan pemasaran komoditas pertanian. Petani yang menjual hasil panen secara langsung di sawah, tidak dapat ikut menikmati nilai tambah yang dihasilkan dari perdagangan padi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pola saluran pemasaran komoditas padi di Kecamatan Secanggang ada 3 pola saluran pemasaran yang berjalan yaitu:
 1. pertama, Dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen;
 2. kedua, Dari petani ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen;
 3. ketiga Dari petani ke penggilingan padi ke konsumen.
2. Marjin pemasaran yang terjadi pada penggilingan padi (Rp839,1), pedagang tengkulak (Rp147,8), dan pedagang pengecer (Rp1593,3). Sedangkan, berdasarkan nilai marjin keuntungansetiap lembaga, pedagang tengkulak Rp. 44,7,- per Kg, penggilingan padi memperoleh keuntungan Rp. 605,0,- per Kg, pedagang pengecer memperoleh keuntungan Rp. 1313,0,- per Kg.
3. Dari ketiga pola saluran pemasaran yang ada, petani menghadapi beberapa permasalahan dalam pemasaran hasil padi. Permasalahan yang ditemui pada petani adalah terbatasnya informasi harga padi, jauhnya letak penggilingan padi, pembayaran menunggak yang dilakukan oleh pedagang tengkulak masih ditemui di wilayah Kecamatan Secanggang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Wibowo. 2003. *Mengenai Efisiensi Pemasaran Beras (Kasus di Wilayah Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten)*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. 2016. *Provinsi Sumatera Utara Dalam Angka Tahun 2016*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. Medan.
- Nuryanti, Sri 2003. “Analisis Distribusi Marjin Pemasaran Gabah dan Beras di Jawa Tengah”. Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian.
- Ramdani MS. 2013. *Mengenai Efisiensi Saluran Pemasaran Beras Merah Organik di Kabupaten Banyumas*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ratna, dkk. 2012. *Mengenai Analisis Pemasaran Beras di UDMapan Kecamatan Parakan Kabupaten Temanggung*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Syahza, dkk. 2003. “Paradigma Baru: Pemasaran Produk Pertanian berbasis Agribisnis”. Jakarta: Jurnal Ekonomi, TH. VIII/01/Juli, PPD&I Fakultas Ekonomi Tarumanegara.