

Pengembangan Pola Kemitraan dalam Menunjang Saluran Distribusi Beras di Kabupaten Sidenreng Rappang

Aksal Mursalat^a

^aFakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia, email: aksalmursalat@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 13 March 2021

Received in revised from 31 March 2021

Accepted 13 May 2021

DOI:

<https://doi.org/10.32938/ag.v6i2.1335>

Keywords:

Partnership Pattern

Distribution Channel

Rice

Abstrak

Sidenreng Rappang Regency is one of the providers of rice in South Sulawesi Province in supporting food self-sufficiency in Indonesia. However, there are several problems, especially in the rice distribution channel in Sidenreng Rappang Regency, namely the distribution mechanism that is not regulated in regional policies so that the distribution channel becomes longer which has the potential to cause price play practices between marketing agencies involved in the distribution channel. One of the efforts to improve the distribution performance of agricultural products is by implementing a partnership pattern. However, the partnership pattern that runs in the rice distribution channel in Sidenreng Rappang Regency is still not optimal because the existing partnership pattern has involved a large number of marketing agencies, which indicates that the marketing channel is very inefficient. The purpose of this study is to identify partnership patterns by analyzing internal and external environmental factors in rice distribution channels and formulating alternative strategies for developing partnership patterns in rice distribution activities in Sidenreng Rappang Regency. This research was conducted in Sidenreng Rappang Regency which took place from September to January. The method used is observation and interviews, then the data is analyzed using the help of an Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrix followed by a SWOT matrix analysis to formulate and determine strategic priorities. The results show an alternative strategy in developing partnership patterns in supporting the performance of rice distribution in Sidenreng Rappang Regency, namely by expanding access to farmers' capital to the government or private parties, establishing partnerships with e-commerce marketing agencies, forming farmers partnerships with cooperatives, and implementing patterns. direct partnerships with large companies.

1. Pendahuluan

Beras menjadi salah satu produk makanan pokok yang paling penting di dunia, khususnya di Indonesia beras merupakan makanan pokok utama untuk mayoritas penduduk, baik itu untuk kalangan atas, menengah dan kebawah, hal ini dikarenakan $\geq 95\%$ penduduk Indonesia mengonsumsi beras. Adapun provinsi penyumbang pangan beras di Indonesia yaitu Provinsi Sulawesi Selatan. Luas panen padi di Sulawesi Selatan adalah 1,01 juta hektar, diperkirakan total produksi sebesar 5,05 juta ton GKG. Jika produksi padi dikonversi menjadi beras dengan menggunakan angka konversi GKG ke beras tahun 2019 maka produksi padi tersebut setara dengan 2,88 juta ton beras. Dari sejumlah total produksi yang dihasilkan dari beberapa wilayah di Sulawesi Selatan salah satunya adalah Kabupaten Sidenreng Rappang dengan total produksi 51.501,1 ton (BPS, 2019).

Dengan tingginya jumlah produksi tiap tahun beriringan dengan tingginya jumlah permintaan akan konsumsi beras tiap tahunnya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehingga menjadikan beras sebagai komoditas utama dan strategis. Syaifullah (2013) mengemukakan beras merupakan komoditi yang unik. Beras mempunyai peran strategis dalam memantapkan ketahanan pangan, ketahanan ekonomi, dan keamanan serta stabilitas politik nasional. Dalam hal meningkatkan atau mempertahankan nilai produksi padi di Kabupaten Sidenreng Rappang diperlukan kebijakan penataan ruang (Asra et al., 2021). Namun, permasalahan utama dalam distribusi beras di Kabupaten Sidenreng Rappang adalah mekanisme saluran distribusi yang tidak diatur dalam suatu kebijakan daerah, sehingga lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran distribusi memainkan harga sesuai keinginannya. Menurut Purwaningsih et al. (2016) terdapat perbedaan harga jual yang signifikan ditingkat produsen dan konsumen, hal tersebut menimbulkan anggapan bahwa para pelaku usaha yang terlibat dalam saluran distribusi mengambil keuntungan dalam jumlah yang besar. Mursalat et al. (2020) mengemukakan masing-masing dari pelaku pemasaran tersebut mengambil keuntungan menggunakan kemasan dan biaya transportasi sebagai dalih dalam mendistribusi beras.

Di samping itu, pemasaran beras di Kabupaten Sindereng Rappang juga memiliki saluran distribusi yang panjang dengan melibatkan lembaga pemasaran dalam jumlah yang tidak sedikit. Hal ini mengindikasikan bahwa saluran pemasaran yang ada sangat tidak efisien. Petani menjadi pelaku usaha yang mengeluarkan biaya paling banyak namun memperoleh keuntungan yang

paling sedikit. Hal ini sesuai dengan pendapat [Indrasari \(2020\)](#) dan [Hidayat \(2019\)](#) yang menyatakan bahwa semakin panjang saluran pemasaran, harga ditingkat konsumen akhir akan semakin tinggi sehingga keuntungan dari tingginya harga tidak dinikmati petani, melainkan pedagang perantara atau lembaga pemasaran yang terlibat. Perbedaan margin pemasaran yang tinggi dikhawatirkan akan merugikan petani sebagai produsen.

Salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja saluran distribusi dalam pemasaran usahatani yaitu dengan melaksanakan pola kemitraan. Akan tetapi, pola kemitraan yang berjalan selama ini dalam saluran distribusi beras di Kabupaten Sidenreng Rappang masih belum optimal karena pola kemitraan yang diterapkan masih berpihak pada lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya. Menurut [Nasution et al. \(2017\)](#) kerjasama dengan lembaga pemasaran menyebabkan petani harus mengikuti harga jual yang telah ditetapkan, jenis barang yang diproduksi pun harus sesuai dengan permintaan lembaga pemasaran tersebut. Pada akhirnya, sistem pemasaran menjadi tidak efisien. Melihat potensi dan tantangan penerapan pola kemitraan dalam peningkatan kinerja saluran distribusi beras, maka perlu adanya pengembangan pola kemitraan dengan mengidentifikasi faktor-faktor strategis yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman, kemudian merumuskan dan menetapkan prioritas strategi pengembangan pola kemitraan dalam menunjang saluran distribusi beras Kabupaten Sidenreng Rappang. Berdasarkan uraian tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul "Pengembangan Pola Kemitraan Dalam Menunjang Saluran Distribusi Beras Kabupaten Sidenreng Rappang".

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sidenreng Rappang dimulai pada bulan September-Januari. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi lapang dan wawancara berdasarkan kuisioner yang telah dibuat sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, buku, data dari instansi terkait dan lainnya. Pengumpulan data sekunder ditujukan untuk mengetahui informasi mengenai lokasi penelitian. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa orang-orang yang dipilih mempunyai pengetahuan, pengalaman, dan memahami permasalahan tentang objek yang hendak diteliti ([Sugiyono, 2015](#)). Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan bantuan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) untuk menjawab faktor-faktor strategis yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman, dilanjutkan dengan analisis matriks SWOT untuk merumuskan dan menetapkan prioritas strategi pengembangan pola kemitraan dalam menunjang saluran distribusi beras Kabupaten Sidenreng Rappang. Perumusan strategi dilakukan melalui dua tahap analisis, yaitu: Tahap 1 (disebut Tahap Input) untuk meringkas informasi dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi; Tahap 2 (disebut Tahap Pencocokan) untuk menciptakan alternatif strategi yang layak dengan mencocokkan faktor strategis internal dan eksternal.

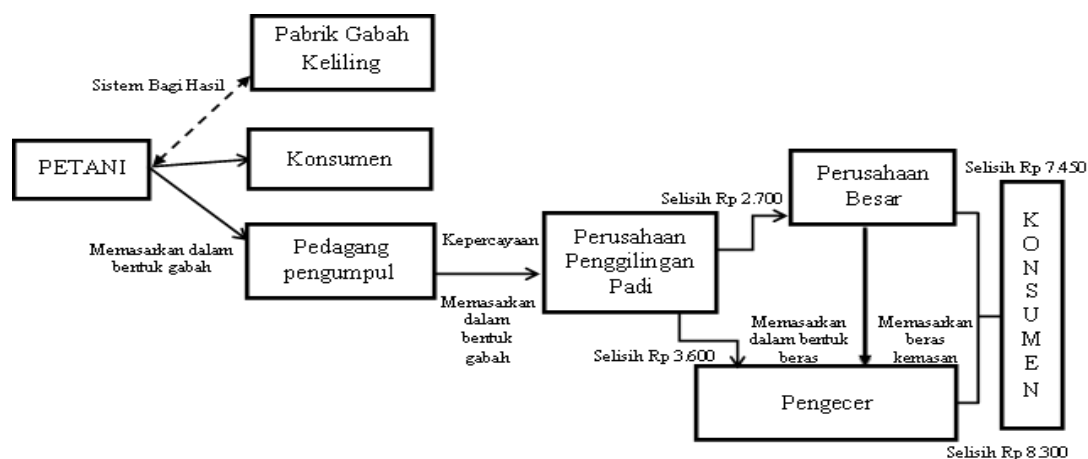
3. Hasil dan Pembahasan

Pada umumnya pola kemitraan dalam saluran distribusi pemasaran beras di Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk dalam kategori pola kemitraan dagang umum. Menurut [Mursalat et al. \(2020\)](#) pelaksanaan sistem saluran distribusi beras di Kabupaten Sidenreng Rappang diawali dari petani - pedagang pengumpul - perusahaan penggilingan padi, kemudian disalurkan pada dua pelaku usaha yaitu perusahaan besar dan pengecer hingga tingkat akhir ke konsumen. Untuk melihat pola kemitraan dalam saluran distribusi beras di Kabupaten Sidenreng Rappang dapat dilihat pada [Gambar 1](#).

Dari pola kemitraan yang terjalin dalam saluran distribusi komoditas beras di Kabupaten Sidenreng Rappang yang selama ini masih tergolong memberatkan petani karena panjangnya saluran distribusi sehingga margin pemasaran semakin besar yang mengakibatkan tingginya harga ditingkat konsumen. Menurut [Nugroho \(2019\)](#) dan [Riyadh \(2018\)](#) ketidakstabilan harga hingga panjangnya saluran pemasaran menyebabkan rendahnya keuntungan yang diterima petani, sementara harga terbentuk dari rangkaian proses tataniaga dari produsen hingga konsumen akhir dalam sistem pemasaran. Selain itu, panjang saluran pemasaran berperan dalam menciptakan disparitas harga yang tinggi yang dapat merugikan petani dan konsumen. [Muzdalifah et al. \(2018\)](#) mengemukakan pengembangan model jaringan distribusi beras yang optimal bertujuan untuk menentukan rute terpendek saluran distribusi beras dari petani ke konsumen.

Sebelum melakukan perumusan strategi, terlebih dahulu dilakukan identifikasi faktor-faktor strategis yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam pengembangan pola kemitraan dalam menunjang saluran distribusi komoditas beras di Kabupaten Sidenreng Rappang dengan menggunakan analisis SWOT. Setelah hasil analisis faktor

internal (kekuatan dan kelemahan) dan analisis faktor eksternal (peluang dan ancaman) diketahui maka langkah selanjutnya membuat matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) dapat dilihat pada Tabel 1.



Gambar 1. Pola Kemitraan Dalam Saluran Distribusi Pemasaran Beras Kabupaten Sidenreng Rappang; Sumber : Mursalat et al. (2020)

Tabel 1. Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE)

Faktor Internal		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Tersedianya Informasi Harga	0,22	4	0,87
2	Memiliki Kepercayaan dengan Lembaga Pemasaran	0,20	3	0,59
Kelemahan				
1	Mutu Produksi Rendah	0,22	4	0,84
2	Fluktuasi Harga	0,20	3	0,57
3	Saluran Distribusi Panjang	0,20	3	0,55
Total		1,00		3,41
Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Tersedianya Pangsa Pasar	0,26	4	1,05
2	Banyaknya Lembaga Membantu Perluasan Pemasaran	0,25	3	0,75
Ancaman				
1	Harga Jual Ditetapkan Lembaga Pemasaran	0,25	4	1,01
2	Keterlibatan Lembaga Pemasaran Dalam Memainkan Harga	0,24	3	0,71
Total		1,00		3,52

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1, analisis matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) pada kekuatan dipilih dengan skor tertinggi dan pada faktor kelemahan dipilih dengan skor terendah. Kekuatan utama dalam analisis lingkungan internal pengembangan pola kemitraan dalam menunjang saluran distribusi komoditas beras Kabupaten Sidenreng Rappang adalah tersedianya informasi harga dengan skor tertinggi 0,87. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa pola kemitraan yang terjalin dalam saluran distribusi yang berjalan selama ini, petani mudah memperoleh informasi harga dalam pemasaran beras. Menurut Darus (2018) lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran distribusi beras memiliki fungsi berupa pemberian informasi harga kepada petani. Sedangkan kelemahan utamanya adalah saluran distribusi panjang dengan skor terendah 0,55. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran distribusi komoditas beras di Kabupaten Sidenreng Rappang mengakibatkan semakin panjang pola distribusi yang dapat mengurangi keuntungan yang diterima petani. Menurut Riswani et al. (2014) panjangnya saluran pemasaran beras ini mengakibatkan kesenjangan harga yang cukup besar antara petani penghasil dengan konsumen.

Untuk analisis matriks *External Factor Evaluation* (EFE) pada peluang dipilih dengan skor tertinggi dan pada faktor ancaman dipilih dengan skor terendah. Peluang utama dalam analisis lingkungan eksternal pengembangan pola kemitraan dalam menunjang saluran distribusi

komoditas beras Kabupaten Sidenreng Rappang adalah tersedianya pangsa pasar dengan skor tertinggi 1,05. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menerapkan pola kemitraan dengan berbagai lembaga pemasaran dapat meningkatkan pangsa pasar komoditas beras di Kabupaten Sidenreng Rappang. Hal ini sesuai dengan pendapat [Septya et al. \(2018\)](#) yang menyatakan bahwa pedagang besar mendorong terciptanya diferensiasi produk dengan melakukan pengolahan dan pemasaran beras petani lokal menjadi produk pangan yang berkualitas sehingga beras petani lokal memiliki kualitas, harga serta pasar yang lebih baik. Sedangkan ancaman utamanya adalah keterlibatan lembaga pemasaran dalam memainkan harga dengan skor tertinggi 0,71. Hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi panjang yang melibatkan banyaknya lembaga pemasaran secara nyata dapat mengurangi keuntungan yang diterima petani karena masing-masing dari pelaku saluran distribusi akan mengambil keuntungan. Menurut [Su'udi \(2018\)](#) semakin panjang sistem pemasaran, maka sistem tataniaga gabah masih belum memberikan keadilan kepada petani, karena lebih menguntungkan para pedagangnya.

Setelah mengetahui posisi dari hasil mengombinasikan faktor kunci internal dan eksternal, maka dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi pengembangan pola kemitraan dalam menunjang saluran distribusi beras Kabupaten Sidenreng Rappang. Strategi-strategi tersebut dikelompokkan dalam empat sel yaitu, strategi SO, strategi ST, strategi WO, strategi WT. Hasil analisis matriks SWOT dapat dilihat pada [Tabel 2](#).

Tabel 2. Analisis Matriks SWOT

	Analisis Internal	Strengths (S)	Weakness (W)
		1. Tersedianya informasi harga 2. Memiliki kepercayaan dengan lembaga pemasaran	1. Mutu produksi rendah 2. Fluktuasi harga 3. Saluran distribusi panjang
Analisis Eksternal	Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
	1. Tersedianya pangsa pasar 2. Banyaknya lembaga membantu perluasan pemasaran	Memperluas akses permodalan petani kepada pihak pemerintah atau swasta	Melakukan pola kemitraan dengan lembaga pemasaran <i>e-commerce</i>
	Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
	1. Harga jual ditetapkan lembaga pemasaran 2. Keterlibatan lembaga pemasaran dalam memainkan harga	Membentuk Pola kemitraan petani dengan koperasi	Melakukan pola kemitraan langsung dengan perusahaan besar

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Dari hasil matriks SWOT dapat diperoleh beberapa strategi alternatif pengembangan pola kemitraan dalam menunjang saluran distribusi beras Kabupaten Sidenreng Rappang. Strategi SO – Memperluas akses permodalan petani kepada pihak pemerintah atau swasta. Modal tidak hanya sebagai salah satu faktor produksi, tetapi juga berperan dalam peningkatan kapasitas petani dalam mengadopsi teknologi seperti benih bermutu, pupuk berimbang, ataupun teknologi pascapanen. Dalam hal ini petani bisa mendapatkan akses modal dengan membentuk kelompok tani sebagai wadah dalam akses informasi dari petani ke pemerintah. Hal ini sesuai dengan pendapat [Ramdhani et al. \(2015\)](#) kelompok tani adalah sebagai wadah untuk membangun suatu pembangunan pertanian seperti peran penyediaan suatu modal, penyediaan informasi, serta pemasaran produk-produk petani ke pasaran. Selain itu, [Noviar \(2018\)](#) mengemukakan bahwa peningkatan produksi beras nasional harus dilakukan dengan meningkatkan sarana dan prasarana di sektor pertanian, serta akses terhadap modal sehingga dapat menciptakan kerjasama profesional sebagai penghasil padi di Indonesia.

Strategi WO – Melakukan pola kemitraan dengan lembaga pemasaran *e-commerce*, kerjasama dengan beberapa marketplace, petani dapat melakukan penjualan beras mereka langsung kekonsumen. Informasi baik bentuk barang, harga, dan spesifikasi lainnya saat ini sangatlah diperlukan oleh konsumen, yang dimana perkembangan dari inovasi pangsa pasar saat ini dengan banyaknya media sosial sebagai wadah perdagangan secara *online*. Menurut [Apriadi \(2017\)](#) Sistem perniagaan berbasis *e-commerce* dapat dijadikan sebagai alternatif bagi petani, dijadikan sebagai media promosi, komunikasi dan informasi serta dapat memotong rantai distribusi pemasaran hasil pertanian.

Strategi ST – Membentuk pola kemitraan petani dengan koperasi, dengan strategi ini petani yang berada di Kabupaten Sidenreng Rappang khususnya di satu desa yang sama, membentuk koperasi untuk mempermudah dalam memasarkan beras mereka dan kemudian koperasi memasarkan beras ke pedagang ekspor atau pedagang besar. Menurut [Hariance \(2019\)](#) tujuan dibentuknya koperasi adalah agar usaha yang dilaksanakan bersama dapat mendatangkan keuntungan bagi seluruh anggota yang terlibat dalam koperasi dengan menerapkan prinsip-prinsip koperasi yang ada. Keuntungan yang diperoleh anggota petani yang tergabung dalam koperasi adalah pendapatan dari usahatani dan pendapatan dari sisa hasil usaha koperasi.

Strategi WT – Melakukan pola kemitraan langsung dengan perusahaan besar, dengan strategi ini petani bias melakukan kemitraan dengan perusahaan besar dengan memenuhi kebutuhan produksi beras sesuai dengan kriteria pihak perusahaan. Pada umumnya petani dapat menjual hasil dengan harga jual yang lebih tinggi jika petani memasarkan dalam bentuk GKG (Gabah Kering Giling). Menurut [Sari et al. \(2019\)](#) jika petani mampu menahan produksi padinya dan menjual dalam keadaan kering (GKG) atau bahkan melakukan pengolahan lebih lanjut (seperti halnya menjual kepada konsumen dalam bentuk beras), tentulah petani akan memperoleh nilai tambah dari pascapanen atau pengolahan yang dilakukan.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pola kemitraan dalam saluran distribusi pemasaran beras di Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk dalam kategori pola kemitraan dagang umum. Akan tetapi, pola kemitraan yang berjalan selama ini dalam saluran distribusi beras Kabupaten Sidenreng Rappang masih belum optimal karena pola kemitraan yang diterapkan masih menguntungkan lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya. Strategi alternatif dalam pengembangan pola kemitraan dalam menunjang saluran distribusi beras Kabupaten Sidenreng Rappang yaitu dengan memperluas akses permodalan petani kepada pihak pemerintah atau swasta, melakukan pola kemitraan dengan lembaga pemasaran *e-commerce*, membentuk pola kemitraan petani dengan koperasi, dan melakukan pola kemitraan langsung dengan perusahaan besar.

Pustaka

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal Resti: Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi*, 1(2), 131–136. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.36>
- Asra, R., Nurnawati, A. A., MF, M. F., & Mursalat, A. (2021). Carrying Capacity and Land Suitability of Rice Fields on the Spatial Planning of Pangkajene Urban Area. *Tunas Geografi*, 9(2), 99. <https://doi.org/10.24114/tgeo.v9i2.20027>
- Badan Pusat Statistik [BPS]. (2019). Statistik Kabupaten Sidenreng Rappang 2019: Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan.
- Darus. (2018). Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Agribisnis*, 20(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/agr.v20i1.1492>
- Hariance, R. (2019). Aksi Kolektif Petani Dalam Koperasi Untuk Agribisnis Berkelanjutan. *AgriFo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 4(2), 93–106. <https://doi.org/10.29103/ag.v4i2.2725>
- Hidayat, Y. R. (2019). Analisis Margin dan Saluran Pemasaran Bahan Pangan Pokok Beras Kabupaten Indramayu. *Prosiding Seminar Nasional FP UNS*, 3(1), 128–134.
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44-50>
- Mursalat, A., Wulandary, A., & Fitriani, R. (2020). Identification of Partnership Patterns and Rice Distribution Channels as the Main Commodity in Sidenreng Rappang District. *Agricultural Socio-Economics Journal*, XX(4), 285–290. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2020.020.4.3>
- Muzdalifah, L., Oktafianto, K., & Mustika, E. D. (2018). Model Jaringan Distribusi Beras Optimal Menggunakan Algoritma Floyd Warshall. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Matematika*, 2(2), 101–111. <https://doi.org/10.26740/jram.v2n2.p101-111>
- Nasution, A. H., Asmarantaka, R. W., & Baga, L. M. (2017). Implikasi Peran Kelembagaan Terhadap Sistem Pemasaran Gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota Provinsi Sumatera Barat. *Seminar Nasional Pertanian Asosiasi Agribisnis Indonesia : Wiratani Dalam Agribisnis Indonesia: Fakta, Harapan Dan Tantangan, May 2019*, 177–187.
- Noviar, H. (2018). Impor beras dan implikasi kebijakan produksi dan konsumsi beras di Indonesia. *Jurnal Ekombis*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.35308/ekombis.v4i1.1333>
- Nugroho, D. (2019). Analisis Efisiensi Usahatani Padi Dan Efisiensi Pemasaran Padi/Beras Di

- Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(4), 1–8.
- Purwaningasih, R., Arief, M., & Rahmawati, D. (2016). Analisis Rantai Pasok dan Distribusi Ayam Pedaging. *Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gadjah Mada 2016 Yogyakarta*, 27 Oktober 2016, 176–183.
- Ramdhani, H., Nulhaqim, S. A., & Fedryansyah, M. (2015). Peningkatan Kesejahteraan Petani Dengan Penguatan Kelompok Tani. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 423–429. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i3.13593>
- Riswani, Yunita, Rosana, E., & Trisnawati. (2014). Pola Pemasaran Produksi Padi Lahan Pasang Surut di Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Jurnal Lahan Suboptimal*, 3(2), 138–144. <https://doi.org/10.33230/JLSO.3.2.2014.119>
- Riyadh, M. I. (2018). Analisis Saluran Pemasaran Lima Pangan Pokok dan Penting di Lima Kabupaten Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 9(2), 161–171. <https://doi.org/10.22212/jekp.v9i2.1075>
- Sari, E. M., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2019). Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Dan Nilai Tambah Beras Di Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 7(1), 6–13. <https://doi.org/10.23960/jiia.v7i1.6-13>
- Septya, F., Widayanti, S., & Amir, I. T. (2018). Struktur dan Perilaku Pasar Beras Surabaya. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*, 7(1), 27–39. <https://doi.org/10.33005/adv.v7i1.1128>
- Su'udi, D. (2018). Saluran Dan Marjin Pemasaran Gabah Studi Kasus Di Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Agribisnis Dan Pertanian Berkelanjutan (ORYZA)*, 4(1), 13–20.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syaifullah, Y. (2013). Ketahanan Pangan Dan Pola Distribusi Beras Di Propinsi Jawa Timur. *JEJAK: Journal of Economics and Policy*, 6(2), 103–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jejak.v6i2.3881>