

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	2
DAFTAR TABEL	5
DAFTAR GAMBAR	7
KATA PENGANTAR	8
1. PENDAHULUAN	10
1.1. Latar Belakang	10
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
2. LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Tinjauan Pustaka	13
2.2. Penelitian Terdahulu.....	14
2.3. Dasar Teori	15
2.3.1. Manajemen Rantai Pasok.....	15
2.3.2. Distribusi dan Saluran Pemasaran.....	16
2.3.3. Margin Pemasaran.....	18
2.3.4. Efisiensi Pemasaran	19
2.4. Kerangka Pemikiran	20
3. METODE PENELITIAN	21
3.1. Metode Dasar Penelitian	21
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	21
3.2.1. Penentuan Lokasi	21
3.2.2. Sampel Produsen.....	21
3.2.3. Sampel Petani Mitra.....	21
3.2.4. Sampel Lembaga Pemasaran.....	22
3.3. Metode Pengumpulan Data	22
3.4. Jenis dan Sumber Data	23
3.5. Pembatasan Masalah	23
3.6. Definisi dan Pengukuran Variabel.....	23
3.7. Metode Analisis Data	24
3.7.1. Rantai Pasok.....	24

3.7.2.	Margin Pemasaran.....	25
3.7.3.	Efisiensi Pemasaran	25
3.7.4.	Perkembangan Volume Penjualan	26
4.	KEADAAN LOKASI PENELITIAN.....	27
4.1.	Keadaan Fisik Wilayah	27
4.1.1.	Lokasi dan Topografi	27
4.1.2.	Keadaan Iklim Wilayah.....	27
4.2.	Keadaan Pertanian	27
4.2.1.	Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Padi Sawah	27
4.3.	Keadaan Penduduk	28
4.3.1.	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.3.2.	Struktur Penduduk Berdasarkan Usia	29
5.	KARAKTERISTIK RESPONDEN	31
5.1.	Karakteristik Produsen	31
5.2.	Karakteristik Petani Mitra	31
5.2.1.	Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Usia.....	31
5.2.2.	Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Jenis Kelamin	32
5.2.3.	Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Pendidikan	32
5.2.4.	Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Pengalaman Bertani.....	33
5.2.5.	Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Alasan Memilih Beras Sebagai Komoditas	34
5.2.6.	Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Lokasi Penjualan	35
5.2.7.	Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Cara Pembeli Menentukan Harga	35
5.2.8.	Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Cara Petani Menentukan Harga	35
5.3.	Karakteristik Lembaga Pemasaran	36
5.3.1.	Karakteristik Lembaga Pemasaran Berdasarkan Bentuk Lembaga Pemasaran	36
5.3.2.	Karakteristik Pengecer Berdasarkan Bentuk Usaha.....	37
5.3.3.	Karakteristik Lembaga Pemasaran Berdasarkan Sumber Modal....	37
6.	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
6.1.	Rantai Pasok Beras Super Sidomulyo	39
6.1.1.	Aliran Barang	39
6.1.2.	Aliran Uang.....	40



6.1.3.	Aliran Informasi	41
6.2.	Saluran Pemasaran	44
6.2.1.	Produsen.....	46
6.2.2.	Pengecer	47
6.2.3.	Konsumen	47
6.3.	Marjin Pemasaran.....	47
6.4.	Efisiensi Pemasaran.....	50
6.5.	Volume Penjualan Beras Super Sidomulyo di DIY	51
6.5.1.	Volume Penjualan Beras Super Sidomulyo Kepada ASN.....	55
6.5.2.	Volume Penjualan Beras Super Sidomulyo Kepada Pasar Bebas DIY	57
7.	PENUTUP	60
7.1.	Kesimpulan.....	60
7.2.	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN.....		65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sampel Petani Mitra.....	22
Tabel 4.1 Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Padi Sawah di Kabupaten Sleman 2017	28
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Kabupaten Sleman Berdasarkan Jenis Kelamin 2020	28
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Kabupaten Sleman Berdasarkan Usia 2020	29
Tabel 5.1 Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 5.2 Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 5.3 Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Pendidikan.....	33
Tabel 5.4 Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Pengalaman Bertani.....	34
Tabel 5.5 Karakteristik Petani Mitra Berdasarkan Alasan Memilih Beras Sebagai Komoditas	34
Tabel 5.6 Karakteristik Pengecer Berdasarkan Bentuk Usaha.....	37
Tabel 6.1 Aliran Informasi Petani Dengan Gapoktan.....	41
Tabel 6.2 Aliran Informasi Gapoktan Dengan ASN Kabupaten Sleman.....	42
Tabel 6.3 Aliran Informasi Gapoktan Dengan Pengecer	43
Tabel 6.4 Aliran Informasi Pengecer Dengan Konsumen	43
Tabel 6.5 Fungsi Pemasaran yang Dilaksanakan oleh Lembaga Pemasaran Beras Sleman di Kabupaten Sleman	45
Tabel 6.6 Biaya Pemasaran Produk Beras Super Sidomulyo di DIY	48
Tabel 6.7 Margin Pemasaran Produk Beras Super Sidomulyo di DIY.....	49
Tabel 6.8 Indeks Efisiensi Pemasaran Produk Beras Sleman di Kabupaten Sleman	50
Tabel 6.9 Hasil Regresi Penjualan Super Sidomulyo di DIY	52
Tabel 6.10. Hasil Regresi Penjualan Super Sidomulyo di DIY Setelah Pandemi	53
Tabel 6.11 Hasil Regresi Penjualan Super Sidomulyo Kepada ASN Kab. Sleman	55
Tabel 6.12. Hasil Regresi Penjualan Super Sidomulyo Kepada ASN Kab. Sleman Setelah Pandemi	56
Tabel 6.13 Hasil Regresi Penjualan Super Sidomulyo Kepada Pasar Bebas DIY	57



Tabel 6.14. Hasil Regresi Penjualan Super Sidomulyo Kepada Pasar Bebas DIY Setelah Pandemi	58
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tingkat Saluran Distribusi	17
Gambar 2.2 Marjin Pemasaran.....	19
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 6.1 Aliran Barang Beras Super Sidomulyo	39
Gambar 6.2 Pola I Pemasaran Beras Super Sidomulyo	45
Gambar 6.3 Pola II Pemasaran Beras Super Sidomulyo.....	46
Gambar 6.4 Volume Penjualan Beras Super Sidomulyo di DIY	52
Gambar 6.5 Volume Penjualan Beras Super Sidomulyo kepada ASN Kab, Sleman	55
Gambar 6.6 Volume Penjualan Beras Super Sidomulyo kepada Pasar Bebas DIY	57