UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Efisiensi Pemasaran Beras Organik melalui Kelompok Tani Mekar Kapanewon Ngemplak Kabupaten Sleman
Elsa Shafira Maulida, Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.SC.; Agus Dwi Nugroho, S.P., M.Sc., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGAJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
INTISARI xii
ABSTRACT xiii
I. PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 4
1.4. Kegunaan Penelitian 5
II. TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1. Tinjauan Umum 6
2.2. Penelitian Terdahulu 7
2.2.1. Saluran Pemasaran 7
2.2.2. Margin Pemasaran 8
2.2.3. Farmer's Share 9
2.2.4. Efisiensi Pemasaran 11
2.3. Dasar Teori 12
2.3.1. Pemasaran 12
2.3.2. Fungsi Pemasaran 13
2.3.3. Lembaga Pemasaran 14
2.3.4. Saluran Pemasaran 14
2.3.5. Margin Pemasaran 15
2.3.6. Farmer's Share 16
2.3.7. Efisiensi Pemasaran 16
2.4. Kerangka Pemikiran 17
2.5. Hipotesis 18
III. METODE PENELITIAN 20
3.1. Metode Dasar Penelitian 20
3.2. Metode Pengambilan Sampel 20
3.2.1. Lokasi Penelitian 20
3.2.2. Sampel Penelitian 20
3.3. Teknik Pengumpulan Data 21
3.3.1. Teknik Observasi 21
3.3.2. Teknik Wawancara 21
3.3.3. Teknik Pencatatan 21
3.4. Jenis dan Sumber Data 22
3.4.1. Data Primer 22
3.4.2. Data Sekunder 22
3.5. Asumsi dan Batasan Masalah 22
3.6. Konseptualisasi Variabel dan Pengukurannya 23
3.7. Metode Analisis 23
3.7.1. Saluran Pemasaran Beras Organik 23

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Efisiensi Pemasaran Beras Organik melalui Kelompok Tani Mekar Kapanewon Ngemplak Kabupaten Sleman
Elsa Shafira Maulida, Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.SC.; Agus Dwi Nugroho, S.P., M.Sc., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.7.2. Margin Pemasaran Beras Organik 24
3.7.3. Farmer's *Share* Beras Organik 24
3.7.4. Efisiensi Pemasaran Beras Organik 25
IV. KEADAAN UMUM WILAYAH PENELITIAN 26
4.1. Keadaan Fisik Wilayah 26
4.2. Keadaan Demografis Wilayah 26
4.2.1. Kepadatan Penduduk 27
4.2.2. Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin 27
4.2.3. Struktur Penduduk Berdasarkan Usia 28
4.2.4. Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan 30
4.3. Keadaan Pertanian 30
V. KARAKTERISTIK RESPONDEN 33
5.1. Profil Kelompok Tani Mekar 33
5.2. Karakteristik Responden Petani Padi Organik di Kelompok Tani Mekar 35
5.2.1. Profil Petani Padi Organik di Kelompok Tani Mekar Berdasarkan Jenis Kelamin 35
5.2.2. Profil Petani Padi Organik Berdasarkan Usia di Kelompok Tani Mekar 36
5.2.3. Profil Petani Padi Organik di Kelompok Tani Mekar Berdasarkan Tingkat Pendidikan 36
5.2.4. Profil Petani Padi Organik Berdasarkan Luas Lahan yang Digarap 37
5.2.5. Profil Petani Padi Organik di Kelompok Tani Mekar Berdasarkan Pengalaman Usaha Tani 39
5.3. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Beras Organik 41
5.3.1. Profil Informan Lembaga Pemasaran Beras Organik Berdasarkan Jenis Kelamin 41
5.3.2. Profil Informan Lembaga Pemasaran Beras Organik Berdasarkan Usia 41
5.3.3. Profil Informan Lembaga Pemasaran Beras Organik Berdasarkan Tingkat Pendidikan 42
5.3.4. Profil Lembaga Pemasaran Beras Organik Berdasarkan Lama Usaha Pemasaran Beras Organik 42
5.3.5. Profil Lembaga Pemasaran Beras Organik Berdasarkan Kategori Lembaga Pemasaran 43
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN 45
6.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran 45
6.1.1. Lembaga Pemasaran Beras Organik 45
6.1.2. Saluran Pemasaran Beras Organik 51
6.2. Margin Pemasaran Beras Organik 53
6.2.1. Biaya Pemasaran Beras Organik 53
6.2.2. Keuntungan Beras Organik 56
6.2.3. Margin Pemasaran Beras Organik 57
6.3. *Farmer's Share* Beras Organik 59
6.4. Efisiensi Pemasaran Beras Organik 60
VII. KESIMPULAN 64
7.1. Kesimpulan 64
7.2. Saran 64
DAFTAR PUSTAKA 66
LAMPIRAN 71