



DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
I. PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah.....	3
3. Tujuan	3
4. Manfaat.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
1. Tinjauan Pustaka	4
2. Landasan Teori	4
2.1. Pemasaran	4
2.2. Saluran Pemasaran.....	5
2.3. Marjin Pemasaran	5
2.5. <i>Farmer's Share</i>	6
2.6. Efisiensi Pemasaran	6
3. Kerangka Pemikiran.....	6
4. Hipotesis	8
III. METODE PENELITIAN.....	9
1. Metode Dasar Penelitian.....	9
2. Lokasi Penelitian	9
3. Pemilihan Sampel Petani	9
4. Pemilihan Sampel Pedagang	9
5. Jenis Data.....	10
6. Sumber Data.....	10
7. Metode Pengumpulan Data.....	10
8. Asumsi Dasar	11



9. Pembatasan Masalah.....	11
10. Definisi dan Pengukuran Variabel	11
11. Metode Analisis.....	12
11.1. Saluran Pemasaran.....	12
11.2. Perhitungan Marjin Pemasaran.....	13
11.3. Perhitungan <i>Farmer's Share</i>	14
11.4. Perhitungan Efisiensi Pemasaran.....	16
IV. KEADAAN UMUM WILAYAH.....	17
1. Keadaan Fisik Daerah.....	17
2. Keadaan Demografi	18
3. Kondisi Pertanian.....	20
V. KARAKTERISTIK PETANI DAN PEDAGANG	22
1. Identitas Petani Padi Organik.....	22
1.1. Identitas Petani padi organik Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	22
1.2. Identitas Petani Padi Organik Berdasarkan Pendidikan	22
1.3. Identitas Petani padi organik Berdasarkan Pengalaman Bertani	23
1.4. Identitas Petani Padi Organik Berdasarkan Alasan Memilih Komoditas	24
1.5. Identitas Petani Padi Organik Berdasarkan Pembeli Hasil Panen	26
1.6. Identitas Petani Padi Organik Berdasarkan Sistem Pembayaran.....	26
1.7. Identitas Petani Padi Organik Berdasarkan Cara Menentukan Harga	27
1.8. Identitas Petani Padi Organik Berdasarkan Lokasi Penerimaan Hasil	28
2. Identitas Pedagang Beras Organik.....	29
2.1. Identitas Pedagang Beras Organik Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	30
2.2. Identitas Pedagang Beras Organik Berdasarkan Pendidikan.....	30
2.3. Identitas Pedagang Beras Organik Berdasarkan Klasifikasi.....	31
2.4. Identitas Pedagang Beras Organik Berdasarkan Alasan Jual Beli.....	32
2.5. Identitas Pedagang Beras Organik Berdasarkan Masalah yang Dihadapi....	33
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
1. Saluran Pemasaran.....	34
2. Marjin Pemasaran	36
3. <i>Farmer's Share</i>	40
4. Efisiensi Pemasaran.....	42
VII. KESIMPULAN DAN SARAN	43



1. Kesimpulan.....	43
2. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	46