



INTISARI

Gapoktan Beji Makmur merupakan salah satu produsen beras organik di Kabupaten Wonogiri. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui (1) aliran barang, informasi, dan finansial beras organik Gapoktan Beji Makmur di Kabupaten Wonogiri dan (2) margin pemasaran di setiap lembaga pemasaran beras organik tersebut. Penelitian ini menggunakan metode dasar penelitian deskriptif dan penelitian kuantitatif serta melibatkan 40 orang sebagai responden dengan kedudukan sebagai petani, pengurus Gapoktan Beji Makmur, peretail, dan konsumen beras organik. Berdasarkan hasil penelitian, aliran barang, aliran informasi, maupun aliran finansial termasuk dalam kategori lancar. Akan tetapi masih terdapat beberapa kendala yang perlu ditinjau kembali dalam setiap aliran. Terdapat dua saluran dalam pemasaran beras organik Gapoktan Beji Makmur yakni saluran pendek dan saluran sedang. Perbedaan margin antara saluran pendek dan saluran sedang adalah Rp1.000,00 untuk Beras Rojolele dan Rp1.500,00 untuk Beras Merah Wangi. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan secara signifikan antara margin pemasaran pada saluran pendek dengan saluran sedang.

Kata Kunci: Rantai Pasok, Beras Organik, Kelancaran Rantai Pasok, Margin Pemasaran



ABSTRACT

Beji Makmur Farmer Group Association is one of the producers of organic rice in the Wonogiri Regency. This research aims to determine (1) the flow of goods, information, and finances of Beji Makmur organic rice in Wonogiri Regency and (2) the marketing margins of each marketing agency of organic rice. The basic method of this research is descriptive and quantitative involving 40 respondents with positions as farmers, administrators of Beji Makmur Farmer Group Association, retailers, and consumers of organic rice. The analysis result shows that the good, information, and financial flows are included in the current category. However, there are still some obstacles that need to be reviewed in each flow. There are two channels in the marketing of Beji Makmur organic rice, the short channel and the medium channel. The difference between the margins of the short and medium channel is Rp1,000.00 for Rojolele Organic Rice and Rp1,500.00 for Merah Wangi Organic Rice. The results of statistical tests show that there is no significant difference between marketing margins in short channels and medium channels.

Keywords: *Supply Chain, Organic Rice, Fluency Level of Supply Chain, Marketing Margins*