

ANALISIS KEUNTUNGAN PROPORSIONAL LEMBAGA TATANIAGA PADA TATANIAGA BERAS MERAH ORGANIK DARI KECAMATAN BATANG ANAI KABUPATEN PADANG PARIAMAN

Yusri Usman¹, M. Refdinal¹, Nuraini Budi Astuti¹ dan Rusyja Rustam¹

¹Program Studi Agribisnis Universitas Andalas Padang

Abstrak

Dalam penjualan hasil produksi sering ditemukan petani mendapatkan proporsi keuntungan yang rendah dan pedagang perantara mendapatkan proporsi keuntungan yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proporsional keuntungan lembaga tataniaganya. Penelitian ini menggunakan metoda survei dengan pengambilan sampel petani beras merah organik sebanyak 7 orang petani secara sensus dan sampel pedagang perantara berdasarkan keterlibatan pemasaran dengan petani. Dari hasil penelitian didapatkan 2 macam saluran tataniaga beras merah organik, yaitu 1). Petani/pedagang pengecer → Konsumen, 2) Petani → Pedagang pengumpul/Pengecer → Konsumen. Dari analisis didapatkan pada saluran tataniaga 1 keuntungan yang diterima sama dengan keuntungan proporsional karena merupakan saluran tataniaga langsung. Pada saluran tataniaga 2 keuntungan lembaga tataniaga tidak proporsional dimana petani mendapatkan keuntungan yang diterima lebih rendah dari keuntungan proporsionalnya dan pedagang pengumpul/pengecer mendapatkan keuntungan yang diterima lebih tinggi dari keuntungan proporsionalnya, sehingga saluran tataniaga 2 tidak efisien. Disarankan diadakan penyuluhan analisa usahatani pada petani tentang menghitung biaya usahatani, penyadaran pada petani bahwa menjual hasil produksi adalah masalah bisnis dan memberi informasi pasar pada petani.

Kata kunci : beras merah organik, keuntungan diterima, keuntungan proporsional.

Abstract

In the sale of produce, it is often found that farmers get a low proportion of profits, while middlemen get a high proportion of profit. The aims of this study to analyze the efficiency of the marketing channel. The study used a survey method and data were gathered from 7 farmers who chose census and intermediary traders. The research finds that there are 2 types of the marketing channels which are: 1) Farmers/retailers → Consumers, 2) Farmers →wholesalers/retailers→ Consumers. Moreover, there was proportional shared profit among the marketing channels 1, where the profits received by farmers/retailers was the same with its proportional profit. But, there was no proportional shared profit among marketing channels 2, where the profits received by farmers was lower than its proportional profits, and on the other hand the profits of wholesalers/retailers, were higher than their proportional profits, so that the marketing channels were inefficient.

Keywords: organic brown rice, profit received, proportional profit

Pendahuluan

Beras merah termasuk padi-padian alamiah yang mengandung antosianin yang merupakan sumber warna merah. Keunggulan beras merah dibandingkan dengan beras putih yaitu dari kandungan gizinya seperti kandungan serat, asam-asam lemak esensial, dan kaya akan kandungan vitamin B kompleks, terutama asam folat. Tingginya kandungan asam folat yang bersinergi dengan serat dan lemak esensial menyebabkan beras merah memiliki keunggulan dibanding dengan beras putih. Kandungan gizi beras merah per 100 g, terdiri atas protein 7,5 g, lemak 0,9 g, karbohidrat 77,6 g, kalsium 16 mg, fosfor 163 mg, zat besi 0,3 g, vitamin B1 0,21 mg, dan antosianin (Indriyani dkk, 2013).

Beras organik berasal dari padi yang ditanam tanpa menggunakan unsur-unsur kimia yang berbahaya bagi tubuh manusia seperti herbisida, pestisida dan pupuk kimia. Beras organik dikelola dengan mempertahankan keseimbangan ekosistem alami (Andoko, 2005).

Relatif tingginya kualitas beras organik menyebabkan tingginya harga beras organik tersebut sehingga sampai saat ini segmen pasar beras organik adalah konsumen kelas menengah ke atas dengan pendidikan yang relatif tinggi. Karena konsumen dalam segmen pasar tersebut berpendapatan relatif tinggi maka mereka mempunyai lebih banyak pertimbangan dan pilihan dalam mengkonsumsi pangan dibandingkan konsumen pada segmen-segmen pasar lainnya. Pertimbangan tersebut meliputi kualitas, rasa dan dampak terhadap kesehatan (Putri, 2002)

Tataniaga adalah pelaksanaan kegiatan dan usaha yang bertujuan untuk mengalirkan barang dan jasa dari titik produksi ke titik konsumsi. Tataniaga pertanian merupakan suatu proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memindahkan barang atau jasa dari petani ke konsumen (Hamid, 1994).

Mubyarto (1989) mengatakan bahwa efisiensi tataniaga adalah mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut. Yang dimaksud adil adalah pemberian balas jasa dari fungsi-fungsi produksi dan tataniaga sesuai dengan sumbangan masing-masing.

Komoditi hasil pertanian yang dikonsumsi konsumen dihasilkan dan dipasarkan oleh kemitraan antara petani sebagai produsen dan pedagang perantara sebagai pemasar. Petani produsen dan pedagang perantara menanamkan masing-masing input atau korbanannya untuk menghasilkan dan memasarkan produk ke konsumen. Misalnya saluran pemasaran suatu komoditi pertanian yaitu : petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen. Di saluran pemasaran tersebut petani menanamkan input sebesar 50%, pedagang pengumpul 30% dan pedagang pengecer 20%, maka idealnya masing-masing mitra juga akan memperoleh bagian keuntungan yang proporsional dengan input yang masing-masing mereka tanamkan yaitu petani mendapatkan keuntungan sebesar 50% dari keuntungan total di saluran pemasaran, pedagang pengumpul mendapatkan 30% dan pedagang pengecer 20%. Keuntungan proporsional adalah keuntungan yang sesuai dengan porsi input yang dikorbankan. Dalam kenyataan di lapangan apakah keuntungan yang diterima petani dan pedagang perantara sama dengan keuntungan proporsionalnya? Kalau sama, itulah yang dinamakan keuntungan yang proporsional atau

keuntungan adil. Keuntungan yang diterima petani dan pedagang perantara adalah keuntungan yang diterimanya sewaktu terjadinya pemasaran dari komoditi yang diperjualbelikannya (Usman, 2018)

Perbaikan pemasaran sangat berkaitan dengan perbaikan efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran sangat diperlukan agar lembaga yang terlibat mendapatkan bagian yang mereka terima sesuai dengan apa yang telah mereka keluarkan dalam proses pemasaran sehingga dapat memperkecil kesenjangan keuntungan

Kecamatan Batang Anai merupakan daerah di Kabupaten Padang Pariaman yang menerapkan sistem pertanian organik beras merah. Padi beras merah organik ini pertama kali dikenalkan oleh Bapak Marsilan yang merupakan Ketua Persatuan Petani Organik Sumatera Barat pada tahun 2010. Kecamatan Batang Anai berpotensi untuk mengembangkan usahatani beras merah organik. Namun petani yang menerapkan usahatani beras merah organik tersebut masih sedikit karena petani lebih banyak mengusahakan padi beras putih organik sebab beras putih organik memiliki pasar dan konsumen yang lebih besar dibandingkan beras merah organik. Adapun petani yang membudidayakan padi beras merah ini masih secara individu dan secara bergantian antara tiap anggota kelompok tani.

Berdasarkan hasil penelitian Annisa (2019) terdapat 2 pola saluran pemasaran beras merah organik di Kecamatan Batang Anai yaitu (1) Petani – konsumen, (2) Petani – pedagang pengumpul – pengurus RMU – konsumen. *Rice Milling Unit* (RMU) merupakan penggilingan padi organik yang ada di Kecamatan Batang Anai. RMU ini satu – satunya penggilingan padi organik yang ada di Kabupaten Padang Pariaman yang memproduksi padi beras merah yang telah memiliki label organik. Untuk dapat membeli beras merah organik konsumen dapat langsung datang ke RMU atau bisa menghubungi petani. Adapun konsumen yang membeli beras merah organik ini kebanyakan berasal dari luar Nagari Kasang, dari luar Sumatera Barat hingga luar Pulau Sumatra.

Petani beras merah organik biasanya menjual hasil panen mereka dalam bentuk gabah. Petani beras merah organik ini umumnya menjual gabah mereka ke RMU yang ada di daerah Kecamatan Batang Anai dengan harga yang telah ditetapkan oleh RMU tersebut. Harga gabah beras merah organik yang dijual oleh petani adalah Rp 6.100/kg, atau Rp 8.700/kg beras sedangkan harga jual beras merah organik ke konsumen sebesar Rp 20.000/kg. Dari informasi di atas terdapat margin tataniaga yang besar sekali yaitu Rp 11.300/Kg. Dari angka margin harga ini yang lebih besar dari harga petani, dapat diduga terdapat ketidak proporsional pembagian keuntungan yang diperoleh oleh petani dengan pedagang, dimana petani mendapatkan untung yang kecil sedangkan sumbangannya terhadap pengadaan produksi dan pemasarannya demikian besar yaitu mulai dari sumbangan dalam proses produksi sampai ke penjualan, sedangkan pedagang mendapat untung yang besar dibandingkan sumbangan yang dikorbankannya

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis proporsionalitas keuntungan lembaga tataniaga yang ikut serta dalam penyaluran beras merah organik dari Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman. Pemilihan Kecamatan Batang Anai ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) atas pertimbangan di daerah ini

ada petani yang mengusahakan padi beras merah organik yang sudah diakui oleh Lembaga Sertifikasi Organik (LSO) Sumatera Barat yaitu dengan dikeluarkannya sertifikat organik bagi Kelompok Tani pada tahun 2016 Penelitian ini dilakukan dari bulan Mei sampai dengan bulan November 2020.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Nazir (2003) , metode survei adalah metode yang digunakan untuk menyelidiki, membedah dan mengevaluasi keadaan untuk memperoleh fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual baik tentang institusi sosial, ekonomi, maupun politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Tujuan dari metode survei adalah mendapatkan gambaran yang mewakili daerah penelitian.

Pada penelitian ini dilakukan penyelidikan dan pengamatan terhadap lembaga tataniaga beras merah organik. Metode survei dilakukan secara berantai dengan mengamati pola saluran tataniaga beras merah organik, dan fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat dalam tataniaga beras merah organik mulai dari tingkat petani sampel sebagai produsen sampai ke pedagang pengecer.

Dari survey diketahui bahwa di daerah tersebut terdapat 2 kelompok tani yang mengusahakan padi beras merah organik yaitu Kelompok Tani Indah Sakato 5 orang petani dan Kelompok Tani Pelita Gunung 2 orang petani. Untuk itu, petani yang menanam padi beras merah organik diambil secara keseluruhannya sebagai petani responden secara sensus. Untuk sampel pedagang perantara sampel diambil berdasarkan keterlibatannya dalam tataniaga beras merah organik dengan petani sampel.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. dengan menggunakan daftar kuisioner dan wawancara pada pihak petani dan pedagang responden. Periode data yang diambil adalah data usahatani beras merah organik musim tanam November 2019-Februari 2020. Data primer yang dikumpulkan dari petani adalah identitas petani, biaya usahatani dan biaya tataniaga, jumlah produksi, harga produksi dan informasi tataniaga beras merah organik. Data dari pedagang sampel meliputi identitas pedagang, harga beli dan harga jual beras merah organik, biaya tataniaga serta informasi tataniaga beras merah organik. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur yang berasal dari lembaga-lembaga atau instansi-instansi yang terkait. Adapun variabel yang diamati adalah biaya usahatani, biaya tataniaga, jumlah produksi, harga jual, penerimaan dan keuntungan usahatani. Pada pedagang perantara yaitu biaya tataniaga, harga beli dan harga jual, penerimaan dan keuntungan tataniaga.

Untuk menganalisis proporsionalitas keuntungan lembaga tataniaga beras merah organik di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman dilakukan analisis deskriptif kuantitatif.

1). Keuntungan diterima Petani = Penerimaan – (Total Biaya Usahatani + Biaya Tataniaga)

2). Keuntungan diterima Pedagang = Penerimaan pedagang – Total biaya tataniaga

3). Proporsionalitas Keuntungan :

a). Proporsionalitas Keuntungan Petani $\equiv$ Keuntungan diterima petani =
Keuntungan Proporsional Petani

b). Proporsionalitas Keuntungan Pedagang $\equiv$ Keuntungan diterima Pedagang =
Keuntungan Proporsional Pedagang

Atau :

- a). % Keuntungan diterima Petani = % Biaya yang Dikorbankan Petani
- b). % Keuntungan diterima Pedagang = % Biaya yang Dikorbankan Pedagang

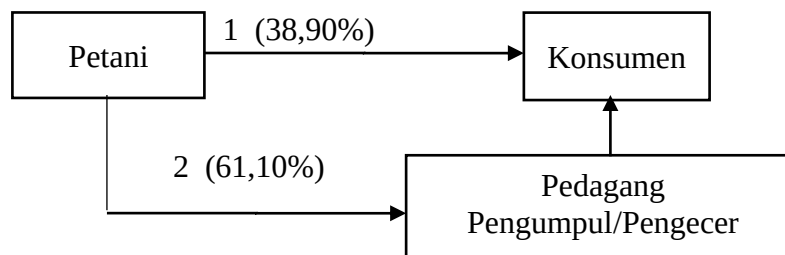
Hasil dan Pembahasan

Saluran Tataniaga Beras Merah Organik

Saluran tataniaga beras merah organik di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman dilakukan dengan cara menelusuri kegiatan tataniaga yang dilakukan mulai dari tingkat petani sampai ke konsumen. Dari hasil pengamatan yang dilakukan terdapat 2 pola saluran tataniaga beras merah organik yaitu:

Saluran 1 : Petani/pedagang pengecer → Konsumen

Saluran 2 : Petani → Pedagang Pengumpul/Pengecer → Konsumen



Gambar 1. Skema Saluran Tataniaga Beras Merah Organik di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman

Analisis Proporsionalitas Keuntungan Lembaga Tataniaga

Saluran Tataniaga 1.

Saluran tataniaga 1 beras merah organik adalah saluran tataniaga langsung dimana petani merangkap sebagai pedagang pengecer yang menyalurkan beras merah organik langsung ke konsumen. Untuk itu keuntungan diterima adalah juga keuntungan proporsional.

Saluran Tataniaga 2.

Pada saluran tataniaga 2 ini terlibat 2 lembaga tataniaga yaitu petani dan pedagang pengumpul/pengecer yang menyampaikan beras merah organik ke konsumen. Pada Tabel 1 pada saluran tataniaga 2 terlihat keuntungan yang diterima oleh petani sebesar Rp 4.514,98/kg beras dan pedagang pengumpul/pengecer Rp 8.345.95/kg beras tidak sama dengan keuntungan proporsionalnya, yaitu untuk petani Rp 5.791,28/kg beras, pedagang pengumpul/pengecer Rp 7.069,65/kg. Terlihat bahwa petani mendapatkan keuntungan yang diterimanya lebih kecil dari keuntungan proporsional yang seharusnya dia terima dan pedagang pengumpul/pengecer mendapatkan keuntungan yang diterimanya lebih besar dari keuntungan proporsional yang seharusnya dia terima. Juga persentase keuntungan yg diterima petani (35,11%) lebih kecil dari persentasi biaya yang dikeluarkan petani yaitu 45,03%.

Persentase keuntungan yang diterima pedagang pengumpul/pengecer (64,89%) lebih besar dari persentase biaya yang dikeluarkannya (54,97%). Terlihat keuntungan yang diterima petani dan keuntungan yang diterima pedagang pengumpul/pengecer tidak proporsional.

Dapat dikatakan saluran tataniaga 2 ini tidak memberikan keuntungan yang proporsional kepada masing-masing lembaga tataniaga yang ada pada saluran ini, sehingga saluran tataniaga ini berdasarkan pembagian keuntungan adalah saluran yang tidak efisien. Dari hasil analisis ini terlihat petani lemah dalam menentukan harga jual padi beras merah organiknya dengan pedagang pengumpul/pengecer.

Tabel 1. Proporsionalitas Keuntungan Petani dan Pedagang Perantara Pada Tataniaga Beras Merah Organik dari Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman

No	Saluran Tataniaga 1		Saluran Tataniaga 2		Jumlah
		Petani/Pdgg Pengecer	Petani	Pdgng Pengumpul/Pengecer	
1.	Biaya (Rp/kg)	2.952.09	1.939,76	2.368.35	4.308,11
2.	Persentase Biaya (%)	100,00	45,03	54,97	100,00
3.	Keuntungan Diterima (Rp/kg)	16.241.70	4.514,98	8.345.95	12.860,93
4.	Bagian Keuntungan diterima (%)	100,00	35,11	64,89	100,00
5.	Keuntungan Proporsional (Rp/kg)	16.241.70	5.791,28	7.069,65	12.860,93
6.	Proporsionalitas Keuntungan	-	Tidak Proporsional	Tidak Proporsional	

Hasil yang serupa juga sebelumnya juga didapatkan oleh Irayani (2010) dalam penelitiannya yang berjudul Analisa Pemasaran Minyak Nilam dari Desa Mara Kecamatan Sipora Selatan Kabupaten Kepulauan Mentawai Provinsi Sumatera Barat. Dalam pemasaran minyak nilam ini ditemukan 2 saluran pemasaran yaitu pada saluran pemasaran 1 : Petani → Pedagang Antar Daerah (PAD) → Eksportir dan saluran pemasaran 2 : Petani → Pedagang Pengumpul Daerah (PPD) → Pedagang Antar Daerah (PAD) → Eksportir. Dari kedua saluran pemasaran ini petani pada saluran pemasaran 1 mendapatkan keuntungan 96,11% dari keuntungan proporsionalnya, sedangkan PAD mendapatkan keuntungan 121,52% dan eksportir 108,04% dari keuntungan proporsionalnya. Pada saluran pemasaran 2, petani mendapatkan keuntungan 94,95% dari keuntungan proporsionalnya dan Pedagang Pengumpul Daerah mendapatkan keuntungan 114,99%, Pedagang Antar Daerah 121,64% dan Eksportir 108,16% dari masing-masing keuntungan proporsionalnya. Terlihat bahwa petani mendapatkan keuntungan di bawah keuntungan proporsional yang semestinya diterimanya dan PPD dan PAD mendapatkan keuntungan di atas keuntungan proporsional yang semestinya dia terima.

Shalahuddin (2018) pada penelitiannya Analisis Efisiensi Tataniaga Mentimun Dari Kecamatan Kuranji Kota Padang Provinsi Sumatera Barat juga menemukan keuntungan yang tidak

proporsional pada petani dan malahan petani rugi. Pedagang pengumpul serta pedagang pengecer mendapat keuntungan di atas keuntungan proporsionalnya. Dari 2 saluran tataniaga yang ditemukan pada saluran tataniaga 1: Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen, petani mendapatkan keuntungan yang diterima -23,69% dari keuntungan proporsionalnya, Pedagang Pengecer mendapatkan keuntungan 224,04% dari keuntungan proporsionalnya. Pada saluran tataniaga 2 : Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen, petani mendapatkan keuntungan -6,08% dari keuntungan proporsionalnya, Pedagang Pengumpul mendapat keruntungan 101,17% dan Pedagang Pengecer 155,82% dari masing-masing keuntungan proporsionalnya.

Lemahnya petani dalam bertransaksi harga jual padi merah organiknya dapat disebabkan petani kurang tahu informasi pasar tentang harga beras merah organik sehingga petani mempercayakan keputusan harga jual kepada pedagang pengumpul/pengecer. Pedagang pengumpul/pengecer adalah orang yang disegani petani tersebut sebab pedagang pengumpul/pengecer ini adalah pengurus kelompok tani dimana petani sebagai anggotanya. Pedagang pengumpul/pengecer ini juga pengurus RMU yang satu-satunya tempat penggilingan padi organik di daerah ini tempat dimana petani menggiling padi merah organiknya. Di samping itu pedagang pengumpul/pengecer sering memberikan bantuan berusaha kepada petani dalam usahatannya. Kelemahan petani yang lain adalah petani kurang tahu cara menghitung keuntungan usahatani. Petani sering merasa telah memperoleh keuntungan dalam menjual hasil produksinya kalau harga hasil produksinya sudah berlebih dari biaya yang dibayarkannya. Umumnya petani hanya menghitung biaya yang dibayarkan saja, tanpa menghitung biaya yang diperhitungkan.

Kemudian Usman dkk dari hasil laporan penelitian yang berjudul Analisis Efisiensi Tataniaga Bawang Putih Dari Nagari Salayo Tanang Bukik Sileh Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok menemukan 4 macam saluran tataniaga yaitu : 1. Petani → Pembenuh → Petani, 2. Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen, 3. Petani → Pedagang Pengecer (bawang kering) → Konsumen, 4. Petani → Pedagang Pengecer (bawang basah) → Konsumen. 1. Dari hasil analisis didapatkan tidak terdapatnya keuntungan proporsional di keempat saluran pemasaran tersebut, dimana keuntungan yang diterima petani lebih rendah dari keuntungan proporsionalnya dan keuntungan pembenuh, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer lebih tinggi dari keuntungan proporsionalnya sehingga keempat saluran tataniaga itu tidak efisien.

Kesimpulan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu didapatkan 2 macam saluran tataniaga beras merah organik dari Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman yaitu : 1). Petani Produsen → Konsumen dan 2). Petani Produsen → Pedagang Pengumpul./Pengecer → Konsumen. Jumlah beras merah organik yang melewati saluran Tataniaga I sebanyak sebanyak 38,90 % saluran tataniaga 2, sebesar 61,10%. Pada saluran tataniaga satu didapatkan proporsionalitas keuntungan lembaga tataniaganya proporsional karena merupakan saluran tataniaga langsung yang hanya melibatkan 1 lembaga tataniaga yaitu petani yang berfungsi juga sebagai pedagang pengecer. Keuntungan yang diterima sama dengan keuntungan proporsional. Pada saluran tataniaga 2 terdapat dua lembaga tataniaga yang terlibat yaitu petani dan pedagang pengumpul/pengecer. Petani mendapat keuntungan yang diterimanya lebih tinggi dari keuntungan proporsionalnya dan pedagang pengumpul/pengecer juga mendapatkan keuntungan yang diterimanya lebih rendah dari keuntungan proporsionalnya..

Keuntungan yang diterima petani dan pedagang pengumpul/pengecer pada saluran tataniaga 2 adalah tidak proporsional.

Untuk itu perlu disarankan penyuluhan analisis usahatani pada petani tentang menghitung biaya usahatani, penerimaan, pendapatan dan keuntungan usahatani dengan benar. Perlu penyadaran pada petani bahwa menjual hasil produksi adalah masalah bisnis, bukan masalah atasan bawahan, pertemanan, persaudaraan, atau keberjasaaan dan lain-lain yang mengakibatkan petani lemah dalam bertransaksi untuk menentukan harga jual hasil produksi usahatannya. Kemudian mengembangkan informasi pasar, seperti informasi harga beras merah organik, sehingga petani punya patokan dalam menentukan harga jual

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah S.W.T atas kehendak dan ridha-Nya artikel ini dapat diselesaikan. Penelitian ini didukung oleh berbagai pihak dan atas dukungan itu dicapkan banyak terima kasih antara lain kepada Bapak Dekan Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Bapak Ketua Jurusan Sosial Ekonomi dan Ketua Program Studi Agribisnis beserta Bapak Camat Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman yang telah memberi izin dan mendukung penelitian ini. Teristimewa kepada Bapak dan Ibu Tani serta Bapak-bapak pedagang perantara beras merah organik dari Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman yang telah bersedia diwawancarai dan memberikan data penelitian yang diperlukan. Tak lupa kepada semua pihak yang telah mendukung penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Daftar Pustaka

- Andoko, Agus. 2005. *Budidaya Secara Organik*. Jakarta: Penebar Swadaya..
- Annisa 2019. *Analisis Pemasaran Beras Merah Organik di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman*. Padang: Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Hamid, A. K. 1994. *Dasar-Dasar Tataniaga Pertanian*. Pekan Baru: Fajar Harapan.
- Indriyani, F. Nurhidayah dan Suyanto, A. 2013. *Karakteristik Fisik, Kimia dan Sifat Organoleptik Tepung Beras Merah Berdasarkan Variasi Lama Pengeringan*. Jakarta: Jurnal Pangan dan Gizi 04..
- Iriyani, 2010. *Analisa Pemasaran Minyak Nilam Dari Desa Mara Kecamatan Sipora Selatan, Kabupaten Kepulauan Mentawai, Provinsi Sumatera Barat*. Padang: Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Putri JAP. 2002. *Analisis Ekonomi Pola Konsumsi Beras Organik Konsumen Rumah Tangga. Studi Kasus di Wilayah Kota Jakarta Selatan*. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Shalahuddin, M. Hafidh, 1018. *Analisis Efisiensi Tataniaga Mentimun Dari Kecamatan Kuranji, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat*. Padang: Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Nazir, Moh. 2017. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Usman, Yusri. 2018. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Padang: Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Usman, Yusri, Yusmarni dan M. Refdinal. 2019. *Analisis Efisiensi Tataniaga Bawang Putih Dari Nagari Salayo Tanang Bukik Sileh Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok*. Padang: Fakultas Pertanian Universitas Andalas.