



## PENINGKATAN PENGETAHUAN DAN PENDAPATAN PETANI PADI MELALUI PEMBELAJARAN LANGSUNG DI DESA DOHOAGUNG-BALONGPANGGANG-GRESIK

Adam Nur Fariski<sup>1\*</sup>, Adi Budiwan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Putra, Indonesia

\*e-mail: [adamnurfariski59@gmail.com](mailto:adamnurfariski59@gmail.com)

### Abstract

*This research aims to provide knowledge and understanding of the marketing chain of rice and paddy farming income in the village of Dohoagung-Balongpanggung-Gresik. Respondents were determined using a random method, constituting 15% of the population, resulting in a sample size of 27 individuals, considered representative of the overall 182 farmers. The analytical tools employed were marketing margin analysis and income analysis.*

*The findings reveal three marketing channel models in the Dohoagung village, Balongpanggung sub-district, Gresik regency. All three models involve indirect marketing, engaging intermediary traders, wholesalers, and retailers. The profit margins vary across the channels. The profit margin in the first channel is Rp.2,760, in the second channel is Rp.2,880, and in the third channel is Rp.2,360, indicating the highest margin is obtained in the second channel. The average income for rice farmers is Rp.7,865,819.*

**Keywords:** Rice, marketing channels, income

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang mata rantai pemasaran padi dan beras. dan pendapatan usahatani padi di desa Dohoagung-Balongpanggung-Gresik. Penentuan responden dilakukan dengan menggunakan metode secara acak, sebesar 15 % dari populasi sehingga sampel berjumlah 27 orang, di anggap sudah mewakili dari keseluruhan petani yang sebanyak 182 petani. Alat analisis yang digunakan adalah analisis margin pemasaran dan analisis pendapatan. Hasil pembelajaran adalah terdapat tiga model saluran pemasaran yang ada di desa Dohoagung kecamatan Balongpanggung kabupaten Gresik. Ketiga merupakan pemasaran tidak langsung yang melibatkan pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Margin keuntungan yang diperoleh dari setiap saluran berbeda-beda. Margin keuntungan pada saluran pertama yaitu Rp.2.760, saluran kedua yaitu Rp.2.880 dan pada saluran ketiga adalah sebesar Rp.2.360, sehingga dapat diketahui margin tertinggi diperoleh pada saluran kedua. Untuk rata-rata pendapatan petani padi sebesar Rp.7.865.819.*

**Kata Kunci:** Padi, saluran pemasaran, pendapatan

## PENDAHULUAN

Pangan menjadi kebutuhan pokok manusia yang utama dan pemenuhannya adalah bagian dari hak asasi manusia sebagai komponen dasar untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan demikian pemenuhan kecukupan pangan bagi seluruh rakyat merupakan kewajiban, baik secara moral, sosial, maupun hukum. Amanat Undang Undang No 18 Tahun 2012 tentang Pangan secara tegas mengemukakan perlunya dibangun ketahanan pangan yang mandiri dan berdaulat. Hal ini antara lain oleh kondisi dasar negara Indonesia sebagai negara kepulauan yang sangat luas dan berpenduduk besar, sehingga kepentingan penyediaan pangan yang cukup dan dapat diakses oleh seluruh rumah tangga setiap saat menjadi sangat strategis,



dari aspek sosiologis, politis dan yuridis. Sejalan dengan aspek strategis tersebut, maka upaya untuk membangun ketahanan dan kemandirian pangan yang kokoh selalu menjadi fokus pembangunan pertanian nasional dari sejak penjajahan, orde lama, orde baru dan era reformasi sampai saat ini (Pasandaran, 2019)

Tanaman padi adalah tanaman penghasil beras dan merupakan penghasil makanan pokok penduduk Indonesia. Beras yang menjadi sumber makanan pokok masyarakat Indonesia sehingga kebutuhan beras meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, sehingga usahatani padi perlu untuk dikembangkan. Menurut Arifin (1997), beras mempunyai kedudukan yang vital dan fatal. Disebut vital karena beras adalah kebutuhan dasar manusia Indonesia dan fatal apabila penyediaannya defisit, lantas dapat dijadikan alat oleh kekuatan politik, baik yang sedang berkuasa maupun yang berada diluar kekuasaan saat ini

Kinerja pemasaran produk pertanian yang baik, khususnya pangan akan mendorong petani menghasilkan pangan melebihi kebutuhan rumah tangga. Petani akan memasarkan sebagian produksinya setelah dikurangi untuk kebutuhan konsumsi rumah tangga. Hasil panen yang dijual digunakan oleh petani untuk membayar tenaga kerja, sarana produksi, sewa lahan maupun kebutuhan sehari-hari (Pasandaran, 2019). Pemasaran juga memberi insentif kepada petani agar menghasilkan produk sesuai kebutuhan konsumen serta mengikuti standar pemasaran yang berlaku. Bahkan petani bersedia memproduksi pangan yang bukan merupakan pangan pokok karena produknya laku dijual dan menguntungkan. Kinerja pemasaran diukur dari keuntungan yang diperoleh produsen (petani) atau persentase harga yang diterima petani dibanding harga eceran, efisiensi rantai pemasaran, dan keterjangkauan harga produk oleh konsumen (Pasandaran, 2019).

Perekonomian masyarakat kabupaten Gresik, terutama tanaman pangan komoditi padi pada tahun 2020 setidaknya tercatat luas panen sekitar 49.249 ha, dengan produksi jumlah produksi sebesar 337.236 ton (BPS, 2021).

Pada tahun 2019 harga jual gabah di kabupaten Gresik sebesar Rp. 5.000,- / kg sedangkan harga beras berkisar Rp. 8.500,- / kg. Dengan harga patokan yang sudah ada, optimalisasi margin hanya dapat dilakukan dengan menekan harga pembelian dari petani. Sehingga petani sulit mendapatkan daya tawar untuk memperoleh harga yang lebih baik. Faktor lain yang diasumsikan menyebabkan kesenjangan adalah sistem saluran pemasaran padi dan usahatani yang kurang efisien sehingga perlu dilakukan studi deskriptif mengenai bagaimana usahatani dan pendapatannya serta bagaimana sistem pemasaran pada sentra – sentra produksi padi, khususnya di kabupaten Gresik provinsi Jawa Timur.

Potensi kabupaten Gresik dalam produksi padi terlihat cukup besar, namun sepanjang ini belum ada kajian yang mendalam berkaitan dengan besaran konsumsi, produksi, dan pemasaran padi. Padahal informasi berdasarkan analisis tersebut dapat menjadi kontribusi penting untuk pengambilan kebijakan pemerintah menuju pencapaian swasembada pangan. Selain itu, pemanfaatan input dengan baik agar menghasilkan produksi yang maksimal, sehingga mempengaruhi peningkatan



pendapatan petani. Oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian yang masalah utamanya adalah bagaimana produksi, konsumsi, pemasaran dan pendapatan padi pada tingkat desa di kabupaten Gresik provinsi Jawa Timur.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu: memberikan pembelajaran mengenai mata rantai pemasaran beras dan pendapatan usahatani padi di Desa Dohoagung-Balongpanggang-Gresik

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Dohoagung-Balongpanggang-Gresik. Lokasi penelitian diambil secara “purposive” yaitu lokasi penelitian ditentukan secara sengaja berdasarkan pertimbangan (Fauzi, 2019).

Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*Library Research*) (Sugiyono, 2018)

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Sugiyono, 2018). Dengan melihat waktu, tenaga kerja, wilayah penelitian, dan dana sehingga penulis dalam menentukan jumlah sampel dengan metode simple random sampling. Metode simple random sampling merupakan pengambilan sampel secara acak Febry (2020). Penelitian ini menggunakan pengambilan metode random, dimana pengambilan random adalah bahwa semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Pengambilan jumlah responden dilakukan dengan cara *Nomogram Harry King* (Sugiyono, 2018) menghitung sampel tidak hanya didasarkan atas kesalahan 5% saja, tetapi bervariasi sampai 15%. Sampel dalam penelitian ini ditentukan secara acak, sebesar 15 % dari populasi sehingga sampel berjumlah 27 orang.

### ***Teknik Analisis Data***

Untuk mencapai tujuan digunakan yang pertama yaitu analisis margin pemasaran dengan rumus sebagai berikut (Widiarti, 2020):  $M = Pr - Pf$ , dimana M adalah Margin Pemasaran (Rp/kg), Pr adalah Harga ditingkat Pengecer (Rp/kg), Pf adalah Harga ditingkat Petani (Rp/kg). Untuk mencapai tujuan tentang pendapatan usahatani padi, Soekartawi (2006), pendapatan usahatani dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :  $\pi = TR - TC$  dimana  $\pi$  adalah Pendapatan, TR adalah Total Penerimaan (*Total Revenue*), TC adalah Total Biaya (*Total Cost*). Menurut Suratiyah (2015), total biaya dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:  $TC = FC + VC$  dimana TC adalah Total Biaya (*Total Cost*), FC adalah Biaya Tetap (*Fix Cost*) VC adalah Biaya Variabel (*Variabel Cost*). Menurut Hernanto (1991) Dalam menghitung biaya penyusutan alat di penelitian ini adalah dengan menggunakan metode garis lurus (*straight line method*). Menurut Soekartawi (2002), menghitung Penerimaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:  $TR = P \cdot Q$  dimana TR adalah Total Penerimaan (*Total Revenue*), P adalah Harga Produksi, Q adalah Produksi yang diperoleh dalam suatu usahatani



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Biaya Usahatani Padi* *Biaya Tetap*

Biaya tetap adalah biaya pengeluaran yang tidak tergantung pada perubahan hasil produksi yang dihasilkan. Adapun biaya tetap yang dimaksud seperti PBB, cangkul, sabit, parang, ember, handsprayer dan bajak.

Tabel 1. Rata-rata Rekapitulasi Biaya Tetap Tiga kali Musim Tanam Petani Padi di Desa Dohoagung Tahun 2022

No.	Jenis Biaya	Jumlah Biaya (Rp)	Rata-rata (Rp)	Penyusutan (Rp)
1	Pajak Bumi dan Bangunan	731.600	27.096	
2	PenggunaanCangkul	1.935.000	71.667	23.889
3	Penggunaan Sabit	1.050.000	38.889	12.963
4	Penggunaan Ember	1.009.000	37.370	12.456
5	Penggunaan <i>Handsprayer</i>	19.550.000	724.074	241.358
6	Penggunaan Parang	3.465.000	128.333	42.777
7	Traktor (Bajak)	13.400.000	496.296	
Jumlah		41.082.100	1.521.559	

Sumber: data primer setelah diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan petani padi selama proses produksi adalah sebesar Rp.1.521.559. biaya terkecil yang dikeluarkan petani padi adalah biaya PBB sebesar Rp.731.600 dan biaya terbesar yang dikeluarkan oleh petani padi adalah pembelian handsprayer sebesar Rp.19.550.000. jumlah tersebut merupakan rekapitulasi dari jumlah biaya atas pajak bumi dan bangunan ditambah dengan jumlah biaya beberapa peralatan yang digunakan selama proses produksi.

### *Biaya Variabel (Biaya Tidak Tetap)*

Biaya variabel merupakan biaya yang dapat berubah mengikuti besar kecilnya produksi atau biaya yang habis terpakai dalam sekali produksi. Adapun biaya tidak tetap yang dikeluarkan petani padi selama proses produksi adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Rata-rata Rekapitulasi Biaya Tidak Tetap Petani Padi di Desa Dohoagung Tahun 2022

No.	Jenis Biaya	Jumlah Biaya Tidak Tetap (Rp)	Rata-rata (Rp)
1	Benih	37.740.000	1.397.777
2	Pupuk	47.250.000	1.750.000
3	Pestisida	28.380.000	1.051.111
4	Tenaga Kerja	48.150.000	1.783.333
Jumlah		161.520.000	5.982.222

Sumber: data primer setelah diolah, 2023.

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa selama proses produksi tanaman padi, petani mengeluarkan biaya pengadaan bibit Rp.1.397.777, biaya pupuk Rp.1.750.000, rata-rata biaya pestisida sebesar Rp.1.051.111 dan biaya tenaga kerja rata-rata sebesar Rp.1.783.333. Jumlah tersebut diperoleh dari perhitungan jumlah biaya keseluruhan jenis pupuk dan obat-obatan yang digunakan.



Tabel 3. Rata-rata Biaya Produksi Usahatani Padi di Desa Dohoagung Tahun 2022

Rata-rata Luas Lahan (Ha)	IP	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Biaya Total (Rp)
0,59	300	1.521.559	5.982.222	7.503.781

Sumber: data primer setelah diolah, 2023

Dari tabel 3 menunjukkan bahwa total biaya yang harus dikeluarkan oleh petani untuk memproduksi tanaman padi adalah sekitar Rp.7.503.781. Untuk mengasihkan padi pada rata-rata luas lahan 0,59 ha dalam tiga kali proses produksi, petani harus mengeluarkan biaya tetap sebanyak Rp.1.521.559 dan biaya variabel sebesar Rp.5.982.222.

#### Konsumsi

Gambaran tentang jumlah konsumsi permusim tanam yang disajikan pada tabel 4 memperlihatkan bahwa jumlah konsumsi permusim tanam lebih besar pada luas lahan 0,31-0,5.

Tabel 4. Jumlah Produksi dan Konsumsi Gabah Berdasarkan Luas lahan di Desa Dohoagung Tahun 2022

No.	Luas Lahan (Ha)	Rata-rata Produksi (Kg)	Rata-rata Konsumsi (Kg)	Selisih (Kg)
1	0,2-0,3	402,33	314,81	87,52
2	0,31-0,5	938,11	403,70	534,41
3	0,51-1,0	1.143,14	214,81	928,33
4	>1,0	718,51	88,88	629,63
	Jumlah	3202	1.022	

Sumber: data primer setelah diolah, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata produksi dan konsumsi dengan selisih yang tinggi berdasarkan luas lahan yaitu pada luas lahan 0,51-1,0 Ha sedangkan jumlah produksi dan konsumsi dengan selisih yang rendah berdasarkan luas lahan yaitu pada luas lahan 0,2-03 Ha.

Gambaran jumlah produksi dan konsumsi berdasarkan anggota rumah tangga disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Jumlah Produksi dan Konsumsi Berdasarkan Anggota Rumah Tanggadi Desa Dohoagung Tahun 2022

No	Jumlah Tanggungan Keluarga	N	Rata-rata Produksi (Kg)	Rata-rata Konsumsi (Kg)	Selisih (Kg)
1	2 – 4	13	9.915	646	9.269
2	5 – 7	13	1.107	1.007	100
3	>7	1	9.600	500	9.100
	Jumlah	27			

Sumber: data primer setelah diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah rata-rata produksi dan konsumsi dengan selisih yang paling tinggi yaitu pada jumlah tanggungan keluarga 2-4, sedangkan jumlah rata-rata produksi dan konsumsi dengan selisih yang rendah yaitu pada jumlah tanggungan keluarga 5-7.



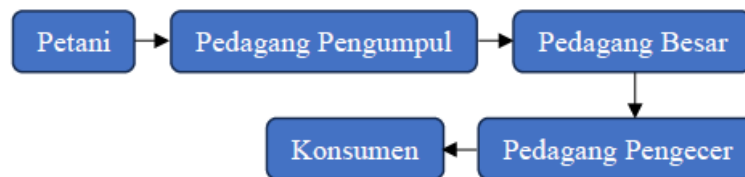
## ***Pemasaran Saluran Pemasaran***

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa ada tiga model saluran pemasaran padi di desa Dohoagung. Adapun ketigamodel tersebut adalah sebagai berikut :

### **1. Saluran Pemasaran I**

Pedagang pengumpul→ Pedagang Besar→ Pedagang Pengecer

Sistem pemasaran ini dilakukan oleh responden petani padi, dimana petani menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul setelah itu pedagang pengumpul menjualnya kembali ke Pedagang besar yang ada di kabupaten Gresik dan kemudian dijual ke pedagang pengecer dan terakhir ke konsumen. Dari petani sampai ke pedagang pengumpul dan pedagang besar yang dijual masih berupa gabah sedangkan dari pedagang besar ke konsumen yang dijual sudah berupa beras.



Gambar 1. Model Saluran Pemasaran Pertama

### **2. Saluran pemasaran II**

Pedagang Besar → pedagang Pengecer

Sistem pemasaran ini dilakukan oleh responden petani padi, dimana petani menjual hasil produksinya kepada pedagang besar setelah itu pedagang besar menjual kepedagang pengecer dan terakhir pedagang pengecer menjual kekonsumen. Dari petani sampai ke pedagang besar yang dijual masih berupa gabah sedangkan dari pedagang besar kepedagan pengecer hingga kekonsumen yang dijual sudah berupa beras.



Gambar 2. Model Saluran Pemasaran Kedua

### **3. Saluran pemasaran III**

Pedagang Pengumpul→ Pedagang Besar

Sistem pemasaran ini dilakukan oleh responden petani padi, dimana petani menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul setelah itu pedagang pengumpul menjual kepedagang besar dan terakhir pedagang besar menjual kekonsumen. Dari petani sampai ke pedagang besar yang dijual masih berupa gabah sedangkan dari pedagang besar ke konsumen yang dijual sudah berupa beras.



Gambar 4. Model Saluran Pemasaran Ketiga

### Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktifitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima oleh petani.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari lapangan diolah dan ditabulasikan menurut kebutuhan analisis. Kegiatan analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui margin pemasaran usahatani padi sawah di desa Dohoagung kecamatan Balonggpagang kabupaten Gresik. Untuk lebih jelasnya terkait analisis data tersebut sebagai berikut:

Tabel 6. Analisis Margin Pemasaran Gabah/Beras Pada Rantai Pemasaran Pertama di Desa Dohoagung Kecamatan Balonggpagang Kabupaten Gresik Tahun 2022

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)		Margin Pemasaran (Rp)		
		Beli	Jual	Biaya	Keuntungan	Total
1	Petani		4.800			
2	Pedagang pengumpul a.Harga beli	4.800				
	b.Biaya Pemasaran		5.100	120	180	300
	-Transportasi	50				
	-Buruh	70				
	c.keuntungan	180				
	d.Harga Jual	5.100				
3	Pedagang Besar a.Harga beli					
	b.Biaya Pemasaran	5.100				
	-Transportasi	60	7.500	220	2.180	2.400
	-Penggilingan	60				
	-Buruh c.keuntungan d.Harga Jual	100				
		2.180				
		7.500				
4	Pedagang Pengecer a.Harga Beli					
	b.Biaya Pemasaran	7.500				
	-Transportasi	50	8.000	100	400	500
	-Buruh	50				
	c.keuntungan	400				
	d.Harga Jual	8.000				
5	Konsumen a.Harga Beli	8.000				
Jumlah Margin				440	2.760	3.200

Sumber: data primer setelah diolah, 2023.

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pertamayaitu sebesar Rp.2.760. Margin yang diperoleh pedagang besar lebih banyak dikeluarkan pada biaya pemasaran yaitu Rp.220 dibandingkan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yaitu Rp.120. Sehingga keuntungan yang diperoleh pedagang besar lebih besar dibandingkan dengan pedagang pengumpul.



Tabel 7. Analisis Margin Pemasaran Gabah/Beras Pada Rantai Pemasaran Kedua di Desa Dohoagung Kecamatan Balonggpagang Kabupaten Gresik Tahun 2022

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)		Margin Pemasaran (Rp)		
		Beli	Jual	Biaya	Keuntungan	Total
1	Petani		4.800			
2	Pedagang Besar					
	a.Harga beli b.Biaya Pemasaran	4.800				
	-Transportasi	60	7.500	220	2.480	2700
	-Penggilingan	60				
	-Buruh c.keuntungan	100				
	d.Harga Jual	2.480				
		7.500				
3	Pedagang Pengecer					
	a.Harga Beli b.Biaya Pemasaran	7.500				
	-Transportasi	50	8.000	100	400	500
	-Buruh c.keuntungan	50				
	d.Harga Jual	400				
		8.000				
4	Konsumen					
	a.Harga Beli	8.000				
Jumlah Margin				320	2.880	3.200

Sumber: data primer setelah diolah, 2023.

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran kedua sebesar Rp. 2.880. Margin yang diperoleh pedagang besar lebih banyak dikeluarkan pada biaya pemasaran yaitu Rp.220 dibandingkan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu Rp.100. Sehingga keuntungan yang diperoleh pedagang besar lebih besar dibandingkan dengan pedagang pengecer.

Tabel 8. Analisis Margin Pemasaran Gabah/Beras Pada Rantai Pemasaran Ketiga di Desa Dohoagung Kecamatan Balonggpagang Kabupaten Gresik Tahun 2022

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)		Margin Pemasaran (Rp)		
		Beli	Jual	Biaya	Keuntungan	Total
1	Petani		4.800			
2	Pedagang pengumpul					
	a.Harga beli	4.800				
	b.Biaya Pemasaran		5.100	120	180	300
	-Transportasi	50				
	-Buruh	70				
	c.keuntungan	180				
	d.Harga Jual	5.100				
3	Pedagang Besar					
	a.Harga beli	5.100				
	b.Biaya Pemasaran		7.500	220	2.180	2.300
	-Transportasi	60				
	-Penggilingan	60				
	-Buruh	100				
	c.keuntungan	2.180				
	d.Harga Jual	7.500				
4	Konsumen					
	a.Harga Beli	7.500				
Jumlah Margin				340	2.360	2.600

Sumber: data primer setelah diolah, 2023.



Pada Tabel 8 menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran ketiga sebesar Rp. 2.360. Margin yang diperoleh pedagang besar lebih banyak dikeluarkan pada biaya pemasaran yaitu Rp.220 dibandingkan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yaitu Rp.120. Sehingga keuntungan yang diperoleh pedagang besar lebih besar dibandingkan dengan pedagang pengumpul

### ***Analisis Pendapatan***

Mengetahui besarnya pendapatan yang diterima oleh petani dari usahatani padi yang dikelolanya perlu dilakukan analisis pendapatan. Analisis pendapatan yang dihitung berdasarkan besarnya penerimaan dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari lapangan diolah dan ditabulasikan menurut kebutuhan analisis. Kegiatan analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pendapat usahatani padi sawah di desa Dohoagung kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik. Untuk lebih jelasnya terkait analisis data tersebut digunakan beberapa rumus sebagai berikut :

#### 1. Pendapatan Usahatani Padi

$$\begin{aligned}\text{Rumus : TR} &= P \times Q \\ &= \text{Rp.4.800} \times 3.202 \text{ Kg} \\ &= \text{Rp.15.369.600}\end{aligned}$$

#### 2. Biaya Usahatani Padi

$$\begin{aligned}\text{Total Biaya Variabel} &= \text{Rp.5.982.222} \\ \text{Total Biaya Tetap} &= \text{Rp.1.521.559} \\ \text{Rumus : TC} &= \text{FC} + \text{VC} \\ &= \text{Rp.1.521.559} + \text{Rp.5.982.222} \\ &= \text{Rp.7.503.781}\end{aligned}$$

#### 3. Keuntungan Usahatani Padi

$$\begin{aligned}\text{Rumus : } \pi &= \text{TR} - \text{TC} \\ &= \text{Rp.15.369.600} - \text{Rp.7.503.781} \\ &= \text{Rp.7.865.819}\end{aligned}$$

### **SIMPULAN**

Setelah dilakukan pembelajaran harusnya terdapat tiga model saluran pemasaran yang ada di desa Dohoagung kecamatan Balongpanggung kabupaten Gresik. Ketiga merupakan pemasaran tidak langsung yang melibatkan pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Margin keuntungan yang diperoleh berbeda-beda setiap saluran. Margin keuntungan pada saluran I sebesar Rp.2.760, saluran II Rp.2880 dan pada saluran III sebesar Rp.2.360. Margin tertinggi diperoleh pada saluran II. Rata-rata pendapatan petani padi sebesar Rp.7.865.819



### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Atas terlaksananya penelitian ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada petani di di desa Dohoagung kecamatan Balongpanggang kabupaten Gresik, dan Universitas Wijaya Putra atas kelancarnya dalam penyusunan jurnal.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, B. (1997). Manajemen Krisis Pangan Dalam 30 Tahun Peran Bulog Dalam Ketahanan Pangan. Jakarta: Bulog.
- Fajri, N.A., & Hamid, A. (2021). Produksi Maggot Bsf (Black Soldier Fly) Sebagai Pakan Yang Dibudidaya Dengan Media Yang Berbeda. Jurnal Agribisnis dan Peternakan, 1(1), 12-17.
- Febry, T., & Teofilus. (2020). SPSS : Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Hernanto. F. (1995). Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya: Jakarta.
- Pasandaran, E. (2019). Memperkuat Kemampuan Swasembada Pangan. IAARD Press, Jakarta.
- Soekartawi. (2002). Analisis Usahatani. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Soekartawi. (2006). Analisis Usahatani. Jakarta: Universitas Indonesia Press
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Suratiyah, Ken. 2015. Ilmu Usahatan edisi revisi. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Widiarti E. 2020. Analisis Margin Pemasaran Jahe di Kabupaten Wonogiri. Skripsi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.