

**SALURAN DISTRIBUSI BERAS ORGANIK DI MASA PANDEMI *COVID-19*
PADA DISTRIBUTOR ALIKSA ORGANIK DI KABUPATEN LUWU TIMUR**

OLEH:

MULA DICKY PRAYOGA

G21115307



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

**SALURAN DISTRIBUSI BERAS ORGANIK DI MASA PANDEMI *COVID-19*
PADA DISTRIBUTOR ALIKSA ORGANIK DI KABUPATEN LUWU TIMUR**

MULA DICKY PRAYOGA

G21115307

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Pertanian

Pada

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas Pertanian

Universitas Hasanuddin

Makassar

DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

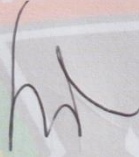
LEMBAR PENGESAHAN

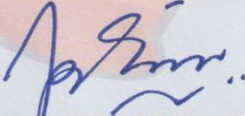
**Judul Skripsi : Saluran Distribusi Beras Organik di Masa Pandemi Covid-19
pada Distributor Aliksa Organik di Kabupaten Luwu Timur**

Nama : Mula Dicky Prayoga


NIM : G21115307

Disetujui oleh:


Prof. Ir. Muhammad Arsyad, S.P., M.Si., Ph.D.
NIP. 19750609 200604 1 003


Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D.
NIP. 19750829 200604 2 001

Diketahui oleh:


Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
NIP. 19721107 199702 2 001

Tanggal Lulus: Agustus 2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mula Dicky Prayoga

NIM : G21115307

Jurusan/Program Studi : Sosial Ekonomi Pertanian / Agribisnis

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

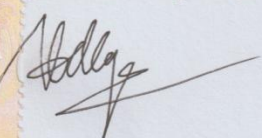
**“Saluran Distribusi Beras Organik di Masa Pandemi Covid-19
pada Distributor Aliksa Organik di Kabupaten Luwu Timur”**

adalah hasil karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,




Mula Dicky Prayoga

ABSTRAK

SALURAN DISTRIBUSI BERAS ORGANIK DI MASA PANDEMI *COVID-19* PADA DISTRIBUTOR ALIKSA ORGANIK DI KABUPATEN LUWU TIMUR

**Mula Dicky Prayoga*, Muhammad Arsyad, Pipi Diansari,
Rasyidah Bakri, Ni Made Viantika**

Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian,
Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar

*Kontak penulis: mudikprayoga@gmail.com

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi pada dasarnya merupakan perantara yang menjembatani antara produsen dan konsumen. Setiap lembaga distribusi akan menentukan harga jual untuk lembaga pemasaran selanjutnya, harga tersebut merupakan penggabungan antara harga beli dari lembaga pemasaran sebelumnya, biaya yang dikeluarkan, dan keuntungan yang akan diambil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan saluran distribusi beras organik dan dampak pembatasan wilayah selama masa pandemi *Covid-19* terhadap saluran distribusi beras organik pada Distributor Aliksa Organik di Kec. Wasuponda, Kab. Luwu Timur. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi beras organik pada Distributor Aliksa Organik, yaitu: beras yang telah disortir petani kemudian diambil oleh distributor untuk dikemas dan disimpan kemudian disalurkan ke toko/agen penjualan untuk dijual ke konsumen. Pembatasan wilayah yang terjadi di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur saat pandemi *Covid-19* tidak berdampak terhadap jalur distribusi pemasaran beras organik pada Distributor Aliksa Organik, begitupun permintaan dan minat beli konsumen terhadap beras organik tetap stabil.

Kata kunci : Beras Organik, Saluran Distribusi, Pembatasan Wilayah

ABSTRACT

DISTRIBUTION CHANNEL OF ORGANIC RICE DURING THE COVID-19 PANDEMIC ON ORGANIC ALIKSA DISTRIBUTORS IN EAST LUWU DISTRICT

**Mula Dicky Prayoga*, Muhammad Arsyad, Pipi Diansari,
Rasyidah Bakri, Ni Made Viantika**

*Agribusiness Study Program, Ministry of Social Economics Agriculture,
Faculty of Agriculture, Hasanuddin University, Makassar*

**Author Contact: mudikprayoga@gmail.com*

A distribution channel is a set of interdependent organizations involved in the process of making a product or service ready for use or consumption. The distribution channel is basically an intermediary that bridges between producers and consumers. Each distribution agency will determine the selling price for the next marketing agency, the price is a combination of the purchase price from the previous marketing agency, the costs incurred, and the profits to be taken. The purpose of this study is to describe the distribution channel of organic rice and the impact of regional restrictions during the Covid-19 pandemic on the distribution channel of organic rice at Aliksa Organic Distributors in Wasuponda District, Kab. East Luwu Regency. The analysis technique used is descriptive analysis. The results of this study indicate that the distribution channels for organic rice at Aliksa Organic Distributors are: rice that has been sorted by farmers and then taken by the distributor to be packaged and stored and then distributed to shops/sales agents to be sold to consumers. The regional restrictions that occurred in Wasuponda District, East Luwu Regency during the Covid-19 pandemic did not affect the organic rice marketing distribution channel at Aliksa Organic Distributors, as well as consumer demand and buying interest for organic rice remained stable.

Keywords : *Organic Rice, Distribution Channels, Regional Restrictions*

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Mula Dicky Prayoga, lahir di Luwu Timur, pada tanggal 25 Juli 1996. Merupakan anak pertama dari pasangan Jumeno dan Rusmiati dari 2 orang bersaudara yaitu Desti Ade Pratiwi. Selama hidupnya, penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. SDN 178 Tuban. Tahun 2002 – 2008
2. SMP Negeri 1 Tomoni. Tahun 2008 – 2011
3. SMA Negeri 1 Tomoni. Tahun 2011 – 2014
4. Dinyatakan lulus melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) di Departemen Sosial ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2015 untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1).

Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin penulis bergabung dalam organisasi dalam lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian sebagai Anggota Staf Kesekretarian Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) periode 2017/2018 dan menjadi anggota KSR PMI UNHAS pada tahun 2017 dan menjadi pengurus KSR PMI UNHAS Kordinator Badan *Disaster Rescue Team* (DRT). Selain itu, penulis juga aktif mengikuti seminar-seminar, mulai dari tingkat regional, nasional hingga tingkat internasional.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridha-Nya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Skripsi ini berjudul “**Saluran Distribusi Beras Organik di Masa Pandemi Covid-19 pada Distributor Aliksa Organik di Kabupaten Luwu Timur**” di bawah bimbingan Bapak **Prof. Ir. Muhammad Arsyad, S.P., M.Si., Ph.D.** dan Ibu **Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D.** Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca dan semua pihak yang terkait untuk perbaikan karya tulis ini, sekaligus sebagai sumbangan pemikiran kepada penulis.

Akhir kata, semoga percikan pemikiran yang tersaji dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan semoga jasa baik dan amal bakti kita tercatat sebagai pahala di sisi-Nya.

Makassar, Agustus 2022

Mula Dicky Prayoga

UCAPAN TERIMAKASIH

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis tujukan hanya kepada Allah SWT. atas kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam juga penulis curahkan kepada tauladan sepanjang masa, yaitu Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan para sahabat yang senantiasa membawa kebaikan di muka bumi.

Penulis sadar akan keterbatasan setiap manusia, oleh karena itu penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari pihak lain baik bantuan moral maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan penghargaan setinggi-tingginya kepada orang tua penulis **Ayahanda Jumeno** dan **Ibunda Rusmiati** yang telah membesarkan, mendidik, dan memberikan motivasi dan dorongan dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan yang tak ternilai serta doa-doa yang tak hentinya dipanjatkan untuk anaknya. Semoga Allah SWT. senantiasa mencintai keduanya, aamiin.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian hingga penyelesaian akhir skripsi ini. Namun, dengan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, melalui ini penulis menyampaikan terimakasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak **Prof. Ir. Muhammad Arsyad, S.P., M.Si., Ph.D.** dan Ibu **Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D.** selaku pembimbing I dan II, terimakasih atas setiap waktu yang diberikan untuk ilmu, motivasi, saran dan pemahaman baru mengenai berbagai hal. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan selama proses bimbingan serta penyusunan skripsi ini, dan semoga doa dan dukungan Bapak dan Ibu menjadi berkah untuk penulis kedepannya.
2. Ibu **Rasyidah Bakri, S.P., M.Sc.** dan Ibu **Ni Made Viantika S., S.P., M.Agb.** selaku penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan penyusunan tugas akhir ini. penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan penulis lakukan selama ini baik waktu kuliah dan selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu **Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan Bapak **Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.**, selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Pertanian, khususnya Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan dukungan serta teladan baik kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Seluruh staf dan pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.

6. Keluarga besar “**Ka15ar**” mahasiswa sosial ekonomi pertanian angkatan 2015 yang tidak bisa saya sebut satu per satu, terima kasih telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam penyusunan skripsi.
7. Keluarga besar **Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA)**, MISEKTAku, wadah komunikasiku, curahan bakat minatku. Terima kasih karena telah memberikan pengalaman dan pelajaran yang telah diberikan selama menggeluti organisasi ini
8. Kepada saudara **Asli** dan **Amran Maulana**, teman seperjuangan mengejar wisuda, tetap semangat dalam melakukan hal terbaik, kebersamaan yang membuat kita saling menguatkan.
9. Kepada keluarga besar **KSR PMI UNHAS** dan **DIKSAR 23**, terima kasih telah menjadi keluarga dan semangat baru. Tetap menjadi keluarga dan relawan tangguh yang siap membantu sesama (**NSTF**).

Makassar, Agustus 2022

Mula Dicky Prayoga

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I..... PENDAHULUAN	1
1.1..Latar Belakang.....	1
1.2..Rumusan Masalah.....	5
1.3..Tujuan Penelitian.....	6
1.4..Kegunaan Penelitian.....	6
II... TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1..Pertanian Organik.....	7
2.2..Saluran Distribusi.....	9
2.3..Fungsi Saluran Distribusi	10
2.4..Definisi Pemasaran.....	11
2.5..Fungsi Pemasaran.....	12
2.6..Lembaga Pemasaran	13
2.7.. <i>Research Gap (Novelty)</i>	15
2.8..Kerangka Pemikiran.....	17
III..METODE PENELITIAN	19
3.1..Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
3.2..Populasi dan Sampel.....	19
3.3..Proses Penelitian	20
3.4..Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	22

3.5..Analisis.....	23
3.6..Batasan Operasioanal	23
IV.. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1..Informan Petani.....	24
4.2..Informan Distributor.....	25
4.3..Informan Agen/Toko.....	25
4.4..Informan Konsumen	26
4.5..Saluran Distribusi Beras Organik.....	27
4.6..Dampak Pandemi <i>Covid-19</i> Terhadap Saluran Distribusi.....	29
4.6.1....Responden Petani	29
4.6.2....Informan Distributor.....	29
4.6.3....Informan Agen/Toko	30
4.6.4....Informan Konsumen	32
V....KESIMPULAN DAN SARAN.....	34
5.1..Kesimpulan.....	34
5.2..Saran.....	34

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Nama	Hal
Tabel 1	Produksi dan kebutuhan beras organik di Indonesia (kuintal)	2
Tabel 2	Luas lahan tanaman padi organik pada beberapa kecamatan di Kabupaten Luwu Timur pada Tahun 2021	4
Tabel 3	Identitas informan petani yang ada di di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan, 2022	24
Tabel 4	Identitas informan distributor di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan, 2022	25
Tabel 5	Identitas informan agen di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan, 2022	26
Tabel 6	Identitas informan konsumen di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan, 2022	26
Tabel 7	Perbandingan penjualan beras organik	31

DAFTAR GAMBAR

No	Nama	Hal
Gambar 1	Kerangka Pemikiran Saluran Distribusi Beras Organik di Masa Pandemi <i>Covid-19</i> pada Distributor Aliksa Organik di Kabupaten Luwu Timur	18
Gambar 2	Diagram Proses Penelitian Saluran Distribusi Beras Organik	21
Gambar 3	Saluran Distribusi Beras Organik pada Distributor Aliksa Organik di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur	27

DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks
Lampiran 1	Lampiran kuosioner penelitian
Lampiran 2	Identitas responden di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur.
Lampiran 3	Dokumentasi penelitian

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian organik didefinisikan sebagai “kegiatan usaha tani secara menyeluruh sejak proses produksi (prapanen) sampai pengolahan hasil (pascapanen) yang bersifat ramah lingkungan dan dikelola secara alami (tanpa penggunaan bahan kimia sintetis dan rekayasa genetika), sehingga menghasilkan produk yang dinilai lebih sehat dan bergizi” (IFOAM, 2002). Pertanian organik merupakan teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia sintesis (Kennvidy, 2010).

Pertanian organik bertujuan untuk menghasilkan bahan yang memenuhi standar kualitas yang baik dan mendorong terjadinya daur biologis secara alami, yaitu dengan cara memanfaatkan sumber daya pertanian yang terbarukan (*renewable*) dan menerapkan praktik pertanian yang tidak menimbulkan pencemaran. Keunggulan dan keuntungan dari penerapan pertanian organik, adalah lebih mendukung usahatani yang berkelanjutan, penggunaan input luar yang rendah, perubahan pola konsumsi manusia, menghasilkan produk makanan yang sehat, dan swasta ramah lingkungan. Sedangkan kendala atau permasalahan dalam pengembangan pertanian organik adalah: rendahnya kualitas sumber daya manusia, lahan pertanian yang dimiliki relatif sempit, kebiasaan petani dalam menggunakan pestisida dan pupuk kimia, belum ada jaminan pasar atau harga khusus untuk produk organik (Surdianto, 2015).

Departemen Pertanian telah menyusun standar pertanian organik di Indonesia, tertuang dalam SNI 01-6729-2002 dan telah direvisi menjadi SNI Sistem Pangan Organik SNI 6729-2010. Sistem pertanian organik menganut paham Organik Proses, artinya semua proses sistem pertanian organik dimulai dari penyiapan lahan hingga pasca panen memenuhi standar budidaya organik, bukan dilihat dari produk organik yang dihasilkan (Nurhidayati et al., 2008).

Manfaat pertanian organik bagi lingkungan, diantaranya sistem produksi sangat ramah lingkungan sehingga tidak merusak lingkungan, tidak mencemari lingkungan dengan bahan kimia sintetis dan meningkatkan produktivitas ekosistem pertanian secara alami, serta menciptakan keseimbangan ekosistem terjaga dan berkelanjutan (Sutanto, 2002). Pertanian organik makin banyak diterapkan pada beberapa komoditi pertanian, salah satunya adalah padi sebagai komoditi penghasil beras dan sebagai bahan makanan pokok sebagian besar penduduk Indonesia. Keunggulan beras organik adalah sehat, dengan kandungan gizi atau vitamin yang tinggi karena tidak menghilangkan lapisan kulit ari secara menyeluruh sehingga beras organik tidak tampak mengkilap seperti beras pada umumnya. Beras lebih enak dan memiliki rasa alami atau pulen, lebih tahan lama dan tidak basi serta memiliki kandungan serat dan nutrisi lebih baik. Kebutuhan pasar terhadap beras organik cukup tinggi hal ini dapat terlihat dari tabel 1.

Tabel 1. Produksi dan kebutuhan beras organik di Indonesia (kuintal)

No	Tahun	Produksi	Kebutuhan Pasar
1	2005	550.300	550.300
2	2006	557.179	660.360
3	2007	536.865	792.432
4	2008	570.519	950.918
5	2009	577.080	1.141.102
6	2010	586.913	1.483.433
7	2011	601.640	1.651.040
8	2012	620.791	1.989.200

Sumber: Ditjen Pengolahan dan Pemasaran hasil Pertanian, 2014

Tabel 1 menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap beras organik dari tahun ke tahun terus meningkat, sedangkan produksi belum mampu memenuhi kebutuhan pasar akan beras organik. Pada tahun 2005 produksi dan kebutuhan pasar beras

organik seimbang, namun pada tahun-tahun berikutnya permintaan terhadap beras organik terus meningkat melebihi produksi, bahkan di tahun 2012 permintaan beras organik tiga kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan produksi yang dihasilkan. Dari data di atas permintaan beras organik dari tahun ke tahun yang semakin meningkat menandakan bahwa beras organik semakin diminati oleh masyarakat.

Sulawesi Selatan memiliki potensi dan peluang yang cukup besar dalam rangka pengembangan pertanian organik. Potensi sumberdaya pertanian antara lain lahan, tanaman, manusia, teknologi dan lain-lain cukup tersedia. Sistem pertanian organik sudah sejak dulu dilakukan oleh petani sebelum program BIMAS (Revolusi hijau). Hingga saat ini masih dijumpai di beberapa daerah, petani tetap mempertahankan cara pertanian tersebut. Oleh karena itu teknologi pengembangan pertanian organik tidak akan menghadapi masalah yang berarti dalam penerapannya.

Kabupaten Luwu Timur merupakan salah satu daerah yang memiliki kontribusi yang cukup besar dalam upaya menjadikan Provinsi Sulawesi Selatan sebagai daerah lumbung padi nasional dengan luas panen padi sawah pada tahun 2019 mencapai 43.035,24 Ha yang mampu memproduksi 218.545,13 ton atau 5,07 ton/Ha (BPS Sulsel, 2020). Hal ini juga tampak dari upaya pemerintah Kabupaten Luwu Timur yang berusaha keras mewujudkan sistem perekonomian dengan mengandalkan potensi lokal daerah, dan pengembangan pertanian berkelanjutan melalui pengembangan padi organik di semua wilayah di Luwu Timur yang bekerja sama dengan PT. Vale dan Asosiasi Masyarakat Organik Luwu Timur.

Pelatihan dan pengenalan padi organik awalnya dilakukan di Desa Libukang Mandiri, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur. Pelatihan dan pengenalan padi organik berupa pola tanam sampai pembuatan MOL (Mikro Organisme Lokal), yang mampu membuat petani bertransformasi menjadi lebih mandiri dan kreatif hingga mampu memperkenalkan usahatani yang sedang mereka kerjakan. Penanaman perdana padi organik dilakukan pada awal Agustus 2015 di Luwu Timur.

Secara ekonomis beras organik lebih menguntungkan karena harga beras organik di pasaran lebih tinggi, apalagi ditunjang dengan banyaknya orang yang peduli akan kebutuhan pangan yang terbebas dari peptisida kimiawi. Pertanian organik semakin berkembang sejalan dengan timbulnya kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan kebutuhan akan bahan makanan yang relatif sehat (Rahmawati, 2005). Sehingga banyak masyarakat yang beralih dari padi non-organik ke padi organik di beberapa kecamatan di Luwu Timur antara lain Kecamatan Nuha, Kecamatan Towuti, Kecamatan Wasuponda dan Kecamatan Malili yang bekerja sama dengan PT. Vale dan Asosiasi Masyarakat Luwu Timur sebagaimana yang dapat di lihat pada (Tabel 2).

Tabel 2. Luas Lahan Tanaman Padi Organik pada Beberapa Kecamatan di Kabupaten Luwu Timur pada Tahun 2021.

No	Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Presentase (%)
1.	Malili	2,10	4,67
2.	Nuha	2,50	5,56
3.	Towuti	20,05	44,57
4.	Wasuponda	20,33	45,20
Total		44,98	100

Sumber : Dinas Pertanian Luwu Timur, 2022.

Tabel 2 menunjukkan bahwa luas lahan padi organik di beberapa Kecamatan yang ada di Kabupaten Luwu Timur, dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Kecamatan Wasuponda memiliki luas lahan terluas 20,335 Ha dengan presentase 45,20% dari total luas lahan padi organik di Kabupaten Luwu Timur. Disusul Kecamatan Towuti dengan luas lahan 20,050 Ha dengan 44,57%.

Pandemi *Covid-19* telah menimbulkan ketidakstabilan di semua sektor perekonomian tidak terkecuali di sektor pertanian. Sektor pertanian menjadi kebutuhan prioritas dalam menghadapi penyebaran *Covid-19* karena berkaitan langsung dalam pemenuhan hajat hidup manusia sehingga permintaan akan bahan pangan akan tetap selalu ada. Walaupun terjadi kemerosotan ekonomi di berbagai sektor usaha, sektor pertanian menjadi sektor terakhir yang sanggup bertahan (*sector of the last resort*) yang menjadi bukti bahwa sektor pertanian adalah sektor yang paling aman. Selain itu sektor pertanian menjadi sektor dasar untuk berkembangnya sektor ekonomi lain seperti industri dan jasa. Walaupun sektor lain ambruk, setidaknya sektor pertanian mampu menjadi andalan dalam pemenuhan pangan rakyat sehingga masyarakat tidak menjadi kelaparan (Khairad, 2020).

Selama pandemi *Covid-19* yang terjadi di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur memberikan dampak yang sangat besar terhadap semua sektor tak terkecuali pertanian. Salah satu dampak adanya pandemi yaitu terdapat pembatasan wilayah di Kabupaten Luwu Timur, tak terkecuali Kecamatan Wasuponda. Hal ini mempengaruhi akses dan menghambat penyaluran distribusi barang. Hal ini menjadi alasan utama penelitian ini dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Pertanian padi organik merupakan salah satu sumber pendapatan petani di Kecamatan Wasuponda Kabupaten Luwu Timur. Hadirnya program pertanian padi organik diharapkan bisa mendorong dan menambah pendapatan biaya hidup bagi masyarakat petani, dimana dalam kondisi pandemi *Covid-19* yang menyebabkan hampir semua sektor terganggu, terutama di bidang pertanian, sedangkan hasil pertanian merupakan bahan yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat di Indonesia terutama hasil pertanian berupa beras. Beras organik merupakan salah satu beras yang banyak dicari dan dibutuhkan oleh masyarakat karena manfaat dan kasiat dari beras organik itu sendiri. Selama masa pandemi pastinya terdapat pembatasan akses pada

berbagai wilayah tak terkecuali di Kab. Luwu Timur, hal ini juga berpengaruh terhadap saluran distribusi beras organik selama masa pandemi *Covid-19*. Salah satu distributor beras organik yang ada di Kec. Wasuponda, Kab. Luwu Timur yakni Distributor Aliksa Organik. Berdasarkan uraian yang dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: bagaimana saluran distribusi beras organik dan dampak pembatasan wilayah selama pandemi *Covid-19* terhadap saluran distribusi beras organik pada Distributor Aliksa Organik di Kec. Wasuponda, Kab. Luwu Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah: mendeskripsikan saluran distribusi beras organik dan dampak pembatasan wilayah selama masa pandemi *Covid-19* terhadap saluran distribusi beras organik pada Distributor Aliksa Organik di Kec. Wasuponda, Kab. Luwu Timur

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan dalam meningkatkan pendapatan usahatani padi organik
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menarik minat masyarakat dalam mengkonsumsi beras organik
3. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menarik minat masyarakat dalam mengembangkan usahatani padi organik

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pertanian Organik

Pertanian organik merupakan sistem manajemen produksi pertanian yang holistik (keseluruhan) dan terpadu, dengan cara mengoptimalkan kesehatan dan produktivitas agroekosistem secara alami, sehingga mampu menghasilkan pangan dan serat yang cukup berkualitas serta berkelanjutan. Menurut Sutanto (2002:1), pengertian pertanian organik merupakan suatu sistem produksi pertanian yang berasaskan daur ulang hara secara hayati. Daur ulang hara dapat melalui sarana limbah tanaman dan ternak serta limbah lainnya yang mampu memperbaiki status kesuburan tanah dan struktur tanah. Dapat dikatakan bahwa pertanian organik adalah suatu sistem pertanian yang mengupayakan kembalinya semua jenis bahan organik ke dalam tanah, sehingga mendukung siklus biologi dan aktivitas biologi tanah guna memperbaiki struktur tanah agar kesuburan tanah meningkat tanpa menggunakan bahan-bahan yang mengandung kimia sintetis dan tidak merusak lingkungan pada proses produksinya.

Sistem pertanian yang sama sekali tidak menggunakan input kimia anorganik (kecuali yang diizinkan) tetapi hanya menggunakan bahan alami berupa bahan atau pupuk organik disebut sebagai Sistem Pertanian Organik Absolut. Sistem pertanian yang menggunakan bahan organik sebagai salah satu masukan yang berfungsi sebagai pembenah tanah dan suplemen pupuk buatan (kimia anorganik), disertai dengan aplikasi herbisida dan pestisida secara selektif dan rasional dinamakan Sistem Pertanian Organik Rasional (Fagi dan Las, 2007).

Metode pertanian organik merupakan metode pertanian yang berkembang seiring semakin sadarnya masyarakat akan bahaya yang ditimbulkan oleh pemakaian bahan kimia sintetis dalam pertanian, masyarakat pun cenderung lebih memilih produk pangan yang aman dan ramah lingkungan.

Secara teknis pertanian organik dipengaruhi oleh beberapa komponen yaitu (1) Lahan yang digunakan pertanian ini harus bebas dari cemaran bahan agrokimia dari pupuk dan pestisida, (2) Menghindari benih atau bibit hasil rekayasa genetika (*Genetically Modified Organism-GMO*), (3) Menghindari penggunaan pupuk kimia sintetis dan zat pengatur tumbuh, (4) Peningkatan kesuburan tanah dilakukan secara alami melalui penambahan pupuk organik, sisa tanaman, pupuk alam, dan rotasi dengan tanaman legume, (5) Menghindari penggunaan pestisida kimia sintetis, (6) Pengendalian hama, penyakit dan gulma dilakukan dengan cara mekanis, biologis dan rotasi tanaman dan (7) Penanganan pasca panen dan pengawetan bahan pangan menggunakan cara-cara yang alami.

Pertanian organik tidak hanya dipengaruhi komponen tersebut diatas, pertanian ini dilandasi oleh empat prinsip dalam penerapannya. Prinsip ini merupakan dasar yang dijadikan panduan dan standar pertanian organik. Adapun prinsip pertanian organik tersebut adalah sebagai berikut :

1. Prinsip kesehatan yaitu pertanian organik harus melestarikan dan meningkatkan kesehatan tanah, tanaman, hewan, manusia dan bumi sebagai satu kesatuan dan tak terpisahkan.
2. Prinsip ekologi yaitu pertanian organik harus didasarkan pada sistem dan siklus ekologi kehidupan, yaitu bekerja, meniru dan berusaha memelihara sistem dan siklus ekologi kehidupan.
3. Prinsip keadilan yaitu pertanian organik harus membangun hubungan yang mampu menjamin keadilan terkait dengan lingkungan dan kesempatan hidup bersama.
4. Prinsip perlindungan yaitu pertanian organik harus dikelola secara hati-hati dan bertanggung jawab untuk melindungi kesehatan dan kesejahteraan generasi sekarang dan mendatang serta lingkungan hidup.

2.2 Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan suatu rute atau jalur dalam bentuk jaringan yang dapat melibatkan lembaga-lembaga lain di luar produsen untuk mencapai jalinan hubungan dengan konsumen. Objek dalam saluran distribusi ini tidak hanya berupa jasa atau kombinasi antara barang dan jasa. Lembaga-lembaga yang mempunyai kepentingan dalam saluran. Ragam barang dan jasa yang ditangani juga cukup luas. Hubungan-hubungan antara lembaga saluran, baik secara struktural maupun secara dinamis dapat diketahui secara jelas (Dharmesta dan T. Hani, 2008).

Menurut Fandy Tjiptono (2002) pendistribusian adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan apa yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu yang dibutuhkan). Menurut Basu swatsha (2002) saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen ke konsumen atau pemakai jasa industri. Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Saluran distribusi adalah suatu kelompok perantara yang memiliki hubungan sangat erat satu sama lain dalam menyalurkan produk-produk kepada konsumen.

Adapun beberapa keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan perantara yaitu (Kotler dan Keller, 2006) :

1. Banyak produsen yang tidak memiliki sumber daya keuangan untuk melakukan pemasaran langsung.
2. Para produsen yang mendirikan salurannya sendiri sering dapat memperoleh laba yang lebih besar dengan meningkatkan investasinya dalam bisnis utamanya.
3. Dalam beberapa kasus, pemasaran langsung sama sekali tidak dapat dilakukan. Perantara biasanya mencapai efisiensi yang lebih tinggi dalam menyediakan barang secara luas dan memungkinkannya terjangkau pasar sasaran. Melalui kontak, pengalaman, spesialisasi dan skala operasinya, perantara biasanya menawarkan kepada perusahaan tersebut lebih daripada yang dapat di capai

perusahaan itu sendiri. Prosedur ini diperlukan untuk menjembatani perbedaan antara berbagai jenis barang dan jasa yang dihasilkan produsen dan berbagai jenis barang yang di minta konsumen. Perbedaan ini timbul dari kenyataan bahwa produsen biasanya menghasilkan jenis barang yang terbatas dengan jumlah yang besar, sedangkan konsumen biasanya hanya menginginkan berbagai jenis barang dengan jumlah yang terbatas .

Penentuan jumlah penyalur juga merupakan masalah yang penting untuk mempertimbangkan matang-matang dan disesuaikan dengan sifat produk yang di tawarkan. Para penyalur dapat menjadi alat bagi perusahaan dalam mendapatkan umpan balik dari konsumen di pasar. Makin aktif penyalur dalam mengumpulkan pendapat dan komentar para konsumen suatu produk, makin besar manfaat yang dapat dipetik oleh produsen produk yang bersangkutan. Makin terbuka pula kesempatan untuk selalu mengembangkan produk sesuai dengan yang diinginkan konsumen karena itu pimpinan perusahaan (manajer pemasaran) harus berhati-hati dalam menyeleksi penyalurannya, berbagai persyaratan harus ditetapkan dengan tegas, disamping disediakan berbagai insentif untuk mendorong para penyalur tersebut (Hahury, 2010).

2.3 Fungsi Saluran Distribusi

Menurut Kotler (2002). Ada beberapa fungsi utama saluran distribusi yang dilaksanakan oleh anggota saluran distribusi, antara lain:

1. Informasi Berbagai informasi mengenai pelanggan, pesaing dan pemasok sangat diperlukan untuk dapat merancang strategi pemasaran suatu barang atau jasa dan melalui informasi pendistribusian barang akan mudah diakses suatu perusahaan.
2. Promosi Perantara melakukan kegiatan pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif yang dirancang untuk dapat menarik pelanggan pasar penawar tersebut.
3. Negosiasi Negosiasi yang dilakukan anggota saluran distribusi berhubungan dengan usaha untuk mencapai persetujuan akhir antara produsen dan konsumen

dalam melakukan kegiatan tawar menawar sehingga hak kepemilikan dapat berpindah.

4. Pemesanan Pemesanan adalah komunikasi saluran kebelakang mengenai minat membeli oleh anggota saluran distribusi ke produsen (Saladin, 2002). Dalam proses pemesanan anggota saluran distribusi memproses kebutuhan dari pelanggan lalu mengirimkan barang atau jasa yang sesuai.
5. Pembiayaan Perolehan dan pengalokasian dana yang dibutuhkan untuk membiayai persediaan pada berbagai tingkat pemasaran.
6. Pengambilan Risiko Perantara melakukan penanggulana risiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi pemasaran tersebut.
7. Fisik Anggota saluran distribusi harus dapat mengatur dengan baik penyimpanan dan pergerakan bahan fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan.
8. Pembayaran Pembayaran adalah arus pembayaran/uang kepada penjual atau jasa atau produk yang telah diserahkan, Saladin (2002).
9. Kepemilikan Fungsi terakhir yang dilaksanakan dari anggota saluran distribusi adalah fungsi kepemilikan. Menurut Saladin (2002), kepemilikan yaitu arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran ke lembaga lain.

2.4 Definisi Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Nitisemito (2001) pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk dapat memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif. Dharmesta dan Irawan (2005) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan bagi pihak pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan mendistribusikan, mempromosikan, menentukan harga, barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Pemasaran umumnya dilihat sebagai tugas menciptakan, mempromosikan, serta menyerahkan barang dan jasa ke konsumen dan perusahaan lain (Kotler, 2002).

Pemasaran umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan. Orang pemasaran melakukan 10 jenis wujud yang berbeda: barang, jasa, pengayaan pengalaman, peristiwa, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan gagasan (Sunarto, 2004).

2.5 Fungsi Pemasaran

Menurut Sudiyono (2004) fungsi pemasaran terbagi atas tiga yaitu: Fungsi Pertukaran, Fungsi Fisik, dan Fungsi Penyediaan Fasilitas. Fungsi-fungsi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut: 1) Fungsi pertukaran Dalam pemasaran produk-produk pertanian meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hak pemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi pertukaran ini terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian. Dalam melaksanakan fungsi penjualan, maka produsen atau lembaga pemasaran yang berada pada rantai pemasaran sebelumnya harus memperhatikan kualitas, kuantitas, bentuk dan waktu serta harga yang diinginkan konsumen ataupun lembaga yang ada pada rantai pemasaran. 2) Fungsi pembeli ini diperlukan untuk memiliki komoditi-komoditi pertanian yang akan di konsumsi ataupun digunakan dalam proses produksi. Dalam melakukan pemindahan hak milik, lembaga yang melakukan penjualan maupun pembeli, tidak berharap secara langsung. Lembaga pemasaran yang melakukan proses penjualan biasanya melibatkan makelar penjualan (selling broker), sedangkan lembaga pemasaran yang melakukan proses pembeli melibatkan makelar pembelian (buying broker).

Sasaran akhir dalam setiap usaha pemasaran adalah untuk menempatkan produk ke tangan konsumen. Ada sejumlah kegiatan pokok pemasaran yang perlu dilaksanakan untuk mencapai sasaran tersebut, yang dinyatakan sebagai fungsi-fungsi pemasaran. Ada tiga fungsi pokok pemasaran yaitu (Kotler dan Armstrong, 2006)

1. Fungsi pertukaran (*exchange function*)

Produk harus dijual dan dibeli sekurang-kurangnya sekali dalam proses pemasaran. Fungsi pertukaran melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan dan kepemilikan dari satu pihak ke pihak lainnya dalam sistem pemasaran. Pihak-pihak yang terlibat dalam proses ini adalah pedagang, distributor, dan agen yang mendapat komisi karena mempertemukan pembeli dan penjual. Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan.

2. Fungsi fisik (*function of physical supply*)

Kegunaan waktu, tempat, dan bentuk ditambahkan pada produk ketika produk diangkat, disimpan, dan diproses untuk memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu, fungsi fisik meliputi pengangkutan, penyimpanan/penggudangan, dan pemrosesan.

3. Fungsi penyedia/fasilitas (*facilitating function*)

Fungsi penyediaan sarana adalah kegiatan-kegiatan yang dapat membantu sistem pemasaran agar mampu beroperasi lebih lancar. Fungsi ini meliputi informasi pasar, penanggungan resiko, pengumpulan, standarisasi, dan pembiayaan.

2.6 Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran, menyalurkan jasa atau produk pertanian ke konsumen akhir serta memiliki jejaring dan konektivitas dengan badan usaha dan individu lainnya. Lembaga pemasaran muncul akibat kebutuhan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya.

Peran lembaga pemasaran adalah melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan konsumen secara maksimal. Konsumen memberikan balas jasa atau fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga konsumen. Nilai balas jasa tersebut tercermin pada besarnya marjin pemasaran (Tatiek, 2012).

Menurut Tatiek (2012), umumnya lembaga pemasaran dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan fungsi pemasaran yang dilakukan. Berdasarkan penguasaannya terhadap komoditi yang diperjualbelikan lembaga pemasaran dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu :

1. Lembaga pemasaran yang bukan pemilik namun mempunyai kuasa atas produk (*agen middlemen*), di antaranya:
 - a. Perantara, makelar, atau broker baik *selling broker* maupun *buying broker*. Broker merupakan pedagang perantara yang tidak secara aktif berpartisipasi dalam melakukan fungsi pemasaran, mereka hanya berperan menghubungkan pihak-pihak yang bertransaksi. Bila transaksi berhasil dilaksanakan, broker akan memperoleh komisi atas jasa mereka.
 - b. *Commission agent*, yaitu pedagang perantara secara aktif turut serta dalam pelaksanaan fungsi pemasaran terutama yang berkaitan dengan proses seleksi produk, penimbangan dan grading. Umumnya mereka memperoleh komisi dari perbedaan harga produk.
2. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai produk pertanian yang diperjual belikan, antara lain :
 - a. Pedagang pengepul atau pengumpul, penebas, tengkulak atau *contract buyer, whole seller*. Mereka umumnya menaksir hasil panen dikalikan dengan harga yang diharapkan pada saat panen (*expectation price*). Dalam praktek *on-farm* bila *contract buyer* adalah penebas atau ijon maka setelah ada kesepakatan harga, mereka akan bertanggung jawab memelihara tanaman sampai selesai dilakukan. Biaya panen dibayar oleh penebas.

- b. *Grain millers* : pedagang atau lembaga pemasaran yang memiliki gudang penyimpanan produk pertanian. Mereka membeli aneka produk pertanian utamanya padi dan palawija dan sekaligus menangani pasca panen.
3. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai produk pertanian yang di transaksikan:
 - a. *Processors* dan manufaktur: lembaga-lembaga ini sangat berperan dalam proses pemasaran agroproduk sebab keberadaanya menjadi jaminan pasar bagi produk pertanian. Sebagai contoh dapat diamati industry-industri pangan olahan seperti produsen sari apel, buah kaleng, susu paesturisasi, pakan ternak, penggilingan padi, baik dalam skla mikro, kecil, menengah hingga *industry* besar seperti pabrik gula (PG), pabrik kelapa sawit (PKS), dan sebagainya.
 - b. *Facilitative organizations*: salah satu bentuk organisasi fasilitatif yang sudah dikenal di Indonesia adalah pasar lelang ikan. Sub terminal agribisnis, walaupun belum sepenuhnya berjalan dengan baik sudah menawarkan alternatif transaksi berbagai produk pertanian melalui lelang.
 - c. *Trade associations*: asosiasi perdagangan agroproduk yang terutama bertujuan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mendistribusikan informasi pada anggotanya. Contoh asosiasi dagang semacam ini adalah AEKI (Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia) dan ICO (*International Coffe Aggrement*).

2.7 Research Gap (Novelty)

Analisis Distribusi Pemasaran Komoditas Beras (Studi Kasus: Pabrik Penggilingan Padi UD. Aqmil Jaya Di Desa Lumpangang). Terdapat 3 saluran pemasaran di Desa lumpangang. Saluran I penggilingan-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen. Saluran pemasaran II pabrik penggilingan-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen. Saluran pemasaran III Pabrik

penggilingan–Bulog–konsumen. Ketiga saluran pemasaran tersebut telah efisien dengan hasil margin saluran pemasaran I Rp. 2.300 dengan tingkat efisiensi 7,7%, margin saluran pemasaran II Rp. 2.300 dengan tingkat efisiensi 8% dan margin saluran pemasaran III Rp. 1.300 dengan tingkat efisiensi 7,8% (Ihwana, 2021).

Analisis Pemasaran Beras Merah Organik di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman. Hasil dari penelitian ini Lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran beras merah organik sampai ke konsumen adalah petani, pedagang pengumpul/pedagang pengecer yang ada di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman. Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani pada saluran 1 sama dengan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul / pengecer yang ada di Kecamatan Batang Anai yaitu fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan) fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, pengemasan) dan fungsi fasilitas (pembiayaan, penanggulangan resiko, standarisasi). Sedangkan fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani pada saluran 2 yaitu fungsi pertukaran (penjualan), fungsi fisik (fungsi pengemasan), serta fungsi fasilitas (fungsi pembiayaan dan fungsi standarisasi) (Annisa, 2019).

Analisis Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Serdang Bedagai. Hasil dari penelitian ini Ada 3 rantai pemasaran, ada yang langsung kekonsumen dan ada yang panjang, oleh karena itu kurang efisien karena belum terbentuknya koperasi. Analisis margin pemasaran ternyata masih terlalu besar sehingga keuntungan profit margin yang diterima juga kecil akibat besarnya biaya pemasaran. Biaya pemasaran belum efisien karena panjangnya mata rantai, tingginya biaya pemasaran dan belum adanya lembaga KUD yang membantu pemasaran yang lebih efisien (Novelita, 2020).

Sektor Pertanian di Tengah Pandemi *Covid-19* Ditinjau Dari Aspek Agribisnis. Penelitian ini bertujuan melihat pendapatan sektor pertanian di tengah pandemi *Covid-19*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pandemi *Covid-19* mempengaruhi kegiatan subsektor pertanian (Khairad, 2020).

Pembeda dari penelitian ini ialah secara khusus mendeskripsikan saluran distribusi beras organik dan pengaruh pembatasan wilayah selama masa pandemi *Covid-19* yang menjadi fokus pada penelitian ini.

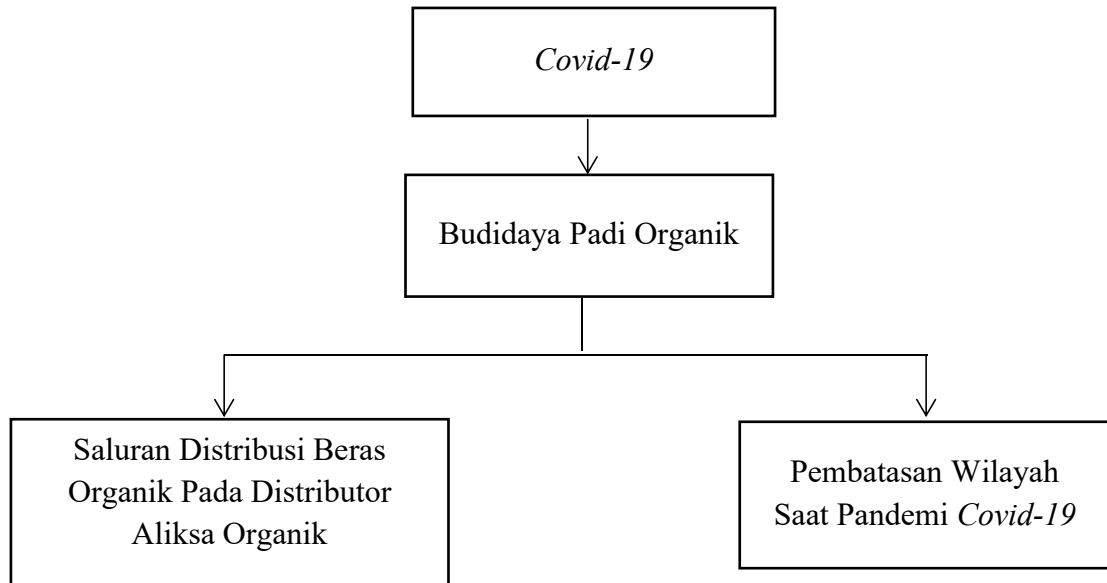
2.8 Kerangka Pemikiran

Pertanian organik merupakan sistem manajemen produksi pertanian yang holistik (keseluruhan) dan terpadu, dengan cara mengoptimalkan kesehatan dan produktivitas agroekosistem secara alami, sehingga mampu menghasilkan pangan dan serat yang cukup berkualitas serta berkelanjutan. Menurut Sutanto (2002:1), pengertian pertanian organik merupakan suatu sistem produksi pertanian yang berasaskan daur ulang hara secara hayati. Daur ulang hara dapat melalui sarana limbah tanaman dan ternak serta limbah lainnya yang mampu memperbaiki status kesuburan tanah dan struktur tanah.

Pandemi *Covid-19* memberikan dampak pada semua sektor tak terkecuali sektor pertanian. Beberapa dampak dari pandemi *Covid-19* yakni nilai jual beli barang naik, pembatasan wilayah sehingga proses distribusi sulit, dan masih banyak lagi. Hal tersebut membawa perubahan terhadap masyarakat termasuk petani padi organik, dimana dampak tersebut telah mereka rasakan selama masa pandemi ini.

Pembatasan wilayah mengakibatkan sulitnya distribusi barang termasuk barang pertanian. Saluran distribusi atau saluran pemasaran merupakan suatu alur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai. Lembaga pemasaran adalah orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat didalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Menurut Kotler (2002) mengemukakan bahwa saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi pada dasarnya merupakan perantara yang menjembatani antara produsen dan konsumen. Saluran pemasaran merupakan suatu jalur dari lembaga-lembaga

pemenuyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Penyalur ini secara aktif mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang tersebut dapat dibeli konsumen. Kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Saluran Distribusi Beras Organik di Masa Pandemi *Covid-19* pada Distributor Aliksa Organik di Kabupaten Luwu Timur