Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 36235-36240

Persepsi Petani Terhadap Efektivitas Saluran Pemasaran Gabah

Nur Aeni Adriani[1], Syamsul Rahman[2], Awaluddin Yunus[3]

[1,2,3]Universitas Islam Makassar

nuraeniadriani30@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi petani terhadap efektivitas saluran pemasaran gabah serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi petani dalam memanfaatkan saluran pemasaran gabah di Kelurahan Lautang Benteng, Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan dukungan data kualitatif. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling terhadap 97 petani padi yang dipilih berdasarkan kriteria sebagai petani aktif dan pernah memasarkan gabah. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi, kemudian dianalisis menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi petani serta analisis deskriptif melalui tabulasi frekuensi dan persentase untuk mengidentifikasi kendala pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi petani terhadap efektivitas saluran pemasaran gabah berada pada kategori baik, dengan nilai rata-rata sebesar 3,96, yang mengindikasikan bahwa petani menilai saluran pemasaran yang digunakan telah memberikan kemudahan akses, informasi harga, dan proses transaksi yang relatif memadai. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, terutama terkait posisi tawar petani dan keuntungan yang diperoleh. Kendala utama yang dihadapi petani dalam pemanfaatan saluran pemasaran gabah adalah biaya angkut yang tinggi (27,84%), diikuti oleh harga gabah yang rendah (24,75%), keterbatasan informasi pasar (22,68%), ketergantungan pada tengkulak (18,55%), dan pembayaran tidak tunai (6,18%). Oleh karena itu, diperlukan upaya dari pemerintah dan lembaga pemasaran untuk meningkatkan akses informasi pasar, memperkuat kelembagaan petani, serta memperbaiki sistem distribusi guna meningkatkan efektivitas pemasaran gabah dan kesejahteraan petani.

Kata Kunci: persepsi petani, efektivitas, saluran pemasaran, gabah.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan pilar utama perekonomian Indonesia yang berperan penting dalam penyediaan pangan, penyerapan tenaga kerja, dan sumber pendapatan masyarakat pedesaan. Di antara berbagai komoditas ketahanan pangan, padi menduduki posisi paling strategis. Namun, dalam rantai nilai agribisnis padi, titik kritis yang menentukan kesejahteraan petani produsen sebenarnya berada pada fase hulu hingga tengah, yaitu pada pengelolaan dan pemasaran produk dalam bentuk gabah (sebelum digiling), bukan pada saat produk telah menjadi beras di pasar hilir. Kesejahteraan ekonomi petani sering kali terhambat karena ketidakmampuan mereka dalam menembus pasar yang lebih adil akibat sistem tata niaga gabah yang masih didominasi lembaga perantara (Hardin et al., 2024).

Gabah merupakan bentuk produk segar hasil panen padi yang sifatnya masih sangat rentan. Karakteristik biologis gabah yang memiliki kadar air tinggi saat dipanen (gabah kering panen/GKP) membuatnya bersifat mudah rusak (perishable) jika tidak segera ditangani atau dipasarkan. Keterbatasan sarana pengeringan (dryer) dan lantai jemur yang dimiliki oleh mayoritas petani skala kecil memaksa mereka untuk langsung menjual gabah dalam kondisi basah segera setelah mesin pemanen selesai bekerja. Ketergantungan waktu yang sangat sempit inilah yang menempatkan posisi tawar petani pada kondisi yang lemah di dalam sistem pasar (Rainurhikmah et al., 2021).

Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap) merupakan salah satu sentra produksi padi terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan dan dikenal sebagai lumbung pangan nasional. Sektor pertanian, khususnya tanaman pangan padi, memiliki kontribusi yang sangat penting terhadap perekonomian daerah dan pendapatan masyarakat petani. Berdasarkan data Pemerintah Kabupaten Sidenreng Rappang yang mengacu pada Badan Pusat Statistik (BPS), produksi padi Kabupaten Sidrap pada tahun 2024 mencapai sekitar 447.856 ton Gabah Kering Giling (GKG) yang dihasilkan dari luas panen sekitar 86.549 hektar. Selain itu, produksi beras yang dihasilkan mencapai 256.996 ton.

Pada tahun 2025, produksi padi Sidrap mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Data sementara BPS menunjukkan bahwa produksi padi mencapai 556.362 ton GKG, meningkat sebesar 24,23% dibandingkan tahun 2024. Jika dikonversi dalam bentuk Gabah Kering Panen (GKP), produksi padi Sidrap tahun 2025 mencapai 663.819 ton GKP, meningkat sekitar 129.463 ton dibandingkan produksi tahun sebelumnya yang sebesar 534.355 ton GKP. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa Kabupaten Sidrap masih menjadi salah satu daerah penyangga utama produksi beras di Sulawesi Selatan maupun Indonesia.

Tingginya produksi gabah oleh petani di Kabupaten Sidenreng Rappang perlu diimbangi dengan sistem pemasaran yang efektif untuk memastikan mereka memperoleh harga yang adil dan pendapatan yang optimal. Meskipun produksi gabah terus meningkat, petani masih menghadapi berbagai tantangan pemasaran, seperti fluktuasi harga, keterbatasan informasi pasar, biaya transportasi yang tinggi, dan ketergantungan pada tengkulak. Kondisi ini dapat memengaruhi persepsi petani terhadap efektivitas saluran pemasaran gabah yang mereka gunakan. Oleh karena itu, penelitian tentang persepsi petani terhadap efektivitas saluran pemasaran gabah sangat penting sebagai dasar untuk meningkatkan sistem pemasaran pertanian di Kabupaten Sidenreng Rappang.

Peraturan pemerintah terkait kebijakan dukungan harga yaitu Peraturan Menteri Perdagangan No 24 Tahun 2020 yang dikeluarkan pemerintah pada 16 Maret 2020. Pada Permendag tersebut, ditetapkan jenis dan harga gabah baik dalam bentuk Gabah Kering Panen (GKP) dan Gabah Kering Giling (GKG). Tujuan kebijakan (objectives) pada Permendag No 24 tahun 2020 untuk stabilisasi harga sedangkan instrumen kebijakan yaitu harga pembelian pemerintah. Faktor yang tidak dapat dikendalikan dalam kerangka berpikir Timbergen antara lain iklim. Dari sisi petani, selain iklim maka faktor lainnya yang tidak dapat dikendalikan yaitu harga. Mengingat karateristik produk pertanian adalah musiman, selalu diperhadapkan dengan goncangan harga pada musim panen raya dan paceklik (Sembiring et al., 2023).

Petani adalah pemain kunci dalam rantai pasokan beras. Meskipun begitu, seringkali mereka menghadapi berbagai permasalahan dalam memasarkan beras mereka. Masalah ini bisa mencakup aspek seperti akses ke pasar yang terbatas, harga pasar di tingkat petani rendah, lemahnya petani dalam penentuan harga, atau kendala dalam hal distribusi. Banyak entitas, baik yang berorientasi pada laba maupun nirlaba, berperan dalam pemasaran dan distribusi produk pertanian kepada pelanggan sebagai bagian dari sistem pemasaran sektor pertanian. Petani perlu mempertimbangkan jalur distribusi ketika mereka mengirimkan produk pertanian karena jalur distribusi berperan sebagai penghubung antara petani sebagai produsen dan konsumen sebagai pengguna akhir. Hal ini sangat krusial karena pemilihan jalur distribusi yang tepat dapat memastikan produk pertanian mencapai konsumen dengan efisien dan menguntungkan semua pihak yang terlibat (Nurhayati et al., 2020).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan dukungan data kualitatif dari hasil wawancara. Pendekatan ini dianggap tepat karena mampu menggambarkan realitas sosial dan ekonomi yang kompleks dari sudut pandang para pelaku langsung di lapangan. Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran penelitian untuk diteliti serta ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh petani padi yang berada di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang, yang berjumlah 3.057 orang petani. Populasi tersebut dipilih karena memiliki keterkaitan langsung dengan kegiatan pemasaran gabah dan sesuai dengan tujuan penelitian mengenai persepsi petani terhadap efektivitas saluran pemasaran gabah. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria responden yaitu petani padi aktif, pernah menjual gabah, dan

berdomisili di lokasi penelitian, teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini dipilih karena tidak semua petani di wilayah penelitian memiliki pengalaman dalam menggunakan berbagai saluran pemasaran gabah. Oleh karena itu, pemilihan responden dilakukan secara sengaja agar sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memperoleh gambaran yang mendalam mengenai persepsi petani terhadap efektivitas saluran pemasaran gabah. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengukur persepsi petani terhadap saluran dan pemasaran gabah melalui Skala Likert, sedangkan analisis deskriptif kuantitatif dengan tabulasi frekuensi dan persentase digunakan untuk mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi petani dalam pemanfaatan saluran pemasaran gabah. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dan dijelaskan secara deskriptif guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai persepsi petani serta kendala pemasaran gabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan **97** petani padi di Kelurahan Lautang Benteng, Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang sebagai responden. Persepsi petani terhadap efektivitas saluran pemasaran gabah diukur menggunakan skala Likert berdasarkan enam indikator utama, yaitu kesesuaian harga gabah, kemudahan pemasaran, biaya pemasaran, ketepatan pembayaran, akses informasi harga, dan keuntungan yang diperoleh.

a. Persepsi Petani Terhadap Efektivitas Saluran dan Pemasaran Gabah

Dalam penelitian ini, persepsi petani diukur untuk mengetahui bagaimana pandangan petani terhadap saluran pemasaran gabah yang mereka gunakan dalam memasarkan hasil panennya. Saluran pemasaran yang digunakan oleh responden meliputi tengkulak, pedagang pengumpul, dan penggilingan padi. Penilaian persepsi dilakukan melalui enam indikator yang diukur menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1–5. Berdasarkan data hasil kuesioner yang diberikan kepada 97 responden petani di Kabupaten Sidenreng Rappang, diperoleh hasil rata-rata skor persepsi petani sebagai berikut.

Tabel 1. Nilai Rata-rata Persepsi Petani terhadap Efektivitas Saluran Pemasaran Gabah

No	Indikator	Nilai Rata-Rata	Kategori
1.	Harga gabah yang diterima sudah sesuai dengan kualitas gabah	4,09	Baik
2.	Saluran pemasaran memudahkan saya menjual gabah	4,29	Sangat baik
3.	Biaya pemasaran yang dikeluarkan relatif rendah	3,30	Baik
4.	Pembayaran gabah dilakukan tepat waktu	4,23	Sangat baik
5.	Informasi gabah mudah diperoleh	3,49	Baik
6.	Saya merasa diuntungkan dengan saluran pemasaran ini	4,03	Baik
	Rata-rata total	**3,96**	**Baik**

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Nilai Rata-rata Persepsi Petani terhadap Efektivitas Saluran Pemasaran Gabah, diperoleh nilai rata-rata total sebesar 3,96 yang termasuk dalam kategori baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum petani memiliki persepsi positif terhadap efektivitas saluran pemasaran gabah yang mereka gunakan. Penilaian ini mengindikasikan bahwa sistem pemasaran yang berjalan telah mampu memberikan kemudahan dalam proses penjualan, menjamin kelancaran transaksi, serta memberikan manfaat ekonomi bagi petani. saluran pemasaran yang efisien dapat meningkatkan farmer's share dan

memberikan keuntungan yang lebih baik bagi petani melalui distribusi yang lebih efektif (Fatima et al., 2022).

Indikator dengan skor tertinggi adalah "Saluran pemasaran memudahkan saya menjual gabah" dengan skor rata-rata 4,29, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa proses penjualan beras yang belum dikupas relatif mudah karena akses ke pengumpul atau lembaga pemasaran yang siap membeli hasil panen. Kemudahan ini mengurangi risiko beras yang tidak terjual dan mempercepat perputaran modal petani untuk musim tanam berikutnya.

Indikator "Informasi harga gabah mudah diperoleh" memperoleh skor 3,49 dan "Biaya pemasaran yang dikeluarkan relatif rendah" memperoleh skor 3,30, keduanya masih berada dalam kategori baik, tetapi memiliki nilai lebih rendah dibanding indikator lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa akses informasi pasar dan biaya yang harus dikeluarkan dalam proses pemasaran masih menjadi aspek yang perlu ditingkatkan. Keterbatasan informasi harga dapat menyebabkan petani kurang memiliki posisi tawar dalam menentukan harga jual, sedangkan biaya pemasaran yang relatif tinggi dapat mengurangi pendapatan bersih yang diterima petani. Secara keseluruhan, nilai rata-rata total sebesar 3,96 mengindikasikan bahwa efektivitas saluran pemasaran gabah menurut persepsi petani sudah berada pada kondisi yang baik. Namun, upaya peningkatan masih diperlukan terutama dalam penyediaan informasi harga yang lebih transparan serta pengurangan biaya pemasaran agar kesejahteraan petani semakin meningkat. Dengan memperkuat akses informasi pasar, memperpendek rantai distribusi, dan meningkatkan efisiensi pemasaran, diharapkan posisi tawar petani menjadi lebih kuat dan keuntungan yang diperoleh dapat semakin optimal.

b. Kendala Yang Di Hadapi Petani Dalam Pemanfaatan Saluran Pemasaran

Kendala dalam pemasaran gabah merupakan berbagai hambatan yang dihadapi petani dalam proses menjual hasil panennya kepada lembaga pemasaran seperti tengkulak, pedagang pengumpul, maupun penggilingan padi. Kendala tersebut dapat memengaruhi efektivitas pemasaran, tingkat keuntungan petani, serta posisi tawar petani dalam menentukan harga gabah. Dalam penelitian ini, identifikasi kendala dilakukan berdasarkan jawaban 97 responden petani di Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap).

Table 2. Kendala yang Dihadapi Petani dalam Pemanfaatan Saluran Pemasaran Gabah

No	Kendala	Frekuansi (orang)	Persentase
1.	Biaya angkut tinggi	27	27,84%
2.	Harga gabah rendah	24	24,75%
3.	Informasi pasar terbatas	22	22,68%
4.	Ketergantungan kepada pedagang pengumpul (Tengkulak)	18	18,55%
5.	Pembayaran tidak tunai	6	6,18%
	Jumlah	**97**	**100%**

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

kendala yang dihadapi petani dalam pemanfaatan saluran pemasaran gabah terdiri atas lima jenis kendala utama, yaitu biaya angkut tinggi sebanyak 27 responden (27,84%), harga gabah rendah sebanyak 24 responden (24,75%), informasi pasar terbatas sebanyak 22 responden (22,68%), ketergantungan pada pedagang pengumpul (tengkulak) sebanyak 18 responden (18,55%), dan pembayaran tidak tunai sebanyak 6 responden (6,18%). Data tersebut menunjukkan bahwa kendala terbesar yang dirasakan petani berkaitan dengan biaya distribusi dan harga jual gabah, sedangkan kendala pembayaran tidak tunai memiliki persentase paling rendah.

Kendala yang paling dominan adalah biaya angkut yang tinggi, yaitu sebanyak 27 responden (27,84%). Tingginya biaya transportasi menyebabkan petani harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mengirim gabah ke penggilingan atau pasar sehingga sebagian besar memilih menjual kepada pedagang pengumpul yang datang langsung ke lokasi panen. Walaupun pilihan tersebut dapat menghemat biaya angkut, harga yang diterima petani sering kali lebih rendah dibandingkan penjualan langsung ke penggilingan. biaya distribusi merupakan salah satu komponen utama yang memengaruhi

margin pemasaran dan efisiensi rantai pasok beras sehingga dapat menurunkan keuntungan yang diterima petani apabila tidak dikelola secara optimal (Hasrullah et al., 2024).

Kendala berikutnya adalah harga gabah yang rendah, yang dialami oleh 24 responden (24,75%). Kondisi ini umumnya terjadi pada saat musim panen raya ketika pasokan gabah meningkat sehingga harga di tingkat petani mengalami penurunan. Selain itu, lemahnya posisi tawar petani menyebabkan mereka cenderung menerima harga yang ditawarkan pembeli tanpa proses negosiasi yang memadai. struktur pasar dan panjangnya rantai pemasaran berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran serta harga yang diterima oleh petani sebagai produsen. Oleh karena itu, peningkatan daya tawar petani melalui kelembagaan dan akses pasar menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesejahteraan petani (Alviedo et al., 2024).

Sebanyak 22 responden (22,68%) menyatakan bahwa informasi pasar yang terbatas menjadi kendala dalam pemasaran gabah. Keterbatasan akses terhadap informasi harga menyebabkan petani sulit mengetahui perkembangan harga di berbagai saluran pemasaran sehingga keputusan penjualan lebih banyak didasarkan pada informasi dari pedagang pengumpul atau sesama petani. Kondisi tersebut mengurangi peluang petani untuk memperoleh harga yang lebih kompetitif.

Kendala lain yang dihadapi petani adalah ketergantungan pada pedagang pengumpul (tengkulak) sebesar 18,55%. Ketergantungan ini umumnya disebabkan oleh hubungan langganan yang telah berlangsung lama, kemudahan transaksi, serta adanya fasilitas pembayaran cepat atau bantuan modal dari pedagang pengumpul. Meskipun memberikan kemudahan, kondisi tersebut dapat membatasi pilihan petani untuk menjual hasil panennya kepada saluran lain yang mungkin menawarkan harga lebih tinggi.

Kendala dengan persentase terendah adalah pembayaran tidak tunai, yaitu sebesar 6,18%. Meskipun jumlah responden yang mengalami kendala ini relatif sedikit, sistem pembayaran secara tempo tetap dapat memengaruhi kemampuan petani dalam memenuhi kebutuhan modal untuk musim tanam berikutnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perbaikan sistem pemasaran gabah perlu difokuskan pada pengurangan biaya distribusi, peningkatan akses informasi pasar, dan penguatan kelembagaan petani agar posisi tawar petani meningkat.

KESIMPULAN

1. Persepsi petani terhadap saluran pemasaran gabah di Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap) berada pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata persepsi petani sebesar 3,96, yang berada pada interval 3,41–4,20. Hasil tersebut menunjukkan bahwa petani memiliki penilaian yang positif terhadap saluran pemasaran gabah yang digunakan. Kendala yang dihadapi petani dalam pemanfaatan saluran pemasaran gabah di Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap) terdiri atas beberapa faktor utama. Kendala terbesar yang dihadapi petani adalah biaya angkut yang tinggi sebesar 27,84%, diikuti oleh harga gabah yang rendah sebesar 24,75%, keterbatasan informasi pasar sebesar 22,68%, ketergantungan pada tengkulak sebesar 18,55%, dan pembayaran tidak tunai sebesar 6,18%. Kendala-kendala tersebut menunjukkan bahwa petani masih menghadapi berbagai hambatan dalam memperoleh harga yang menguntungkan dan akses pemasaran yang lebih efisien.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penelitian dan penyusunan naskah ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh dosen dan civitas akademika yang telah memberikan dukungan akademik selama masa studi. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada para petani responden di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Penghargaan juga diberikan kepada keluarga serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

REFERENCES

Ahmadi, N., & Utami, D. (2022). *Analisa Efisiensi Saluran Pemasaran Gabah Di Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten Banyumasin*. 97–112.

Ajeng, M. T., Azisah, & Pata, A. A. (2025). *Analisis Pemasaran Beras di Desa Mangeloreng Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros*. *13*(1), 52–63.

Alviedo, Adhi, A. K., & Rosiana, N. (2024). *Sitem Pemasaran Beras Bujang Marantau Di Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat*. *14*(2), 125–135.

Astuti, L. C. (2023). *Paradigma Agribisnis , Maret 2023 Volume 5 (2) Hal 170-183 Kajian Literatur Hubungan Karakteristik Petani dengan Adopsi Inovasi Budidaya Padi Sawah*. *5*(2), 170–183.

Fatima, U., Anindita, R., & Nugroho, C. P. (2022). *Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Di Desa Randuharjo Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto*. *6*, 840–848.

Hardin, Syamsinar, & Embe, W. (2024). *Analisis Pemasaran Gabah Di Kelurahankasipute Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe*. *24*, 53–58.

Hasrullah, E. R., Munizu, M., & Fudjaja, L. (2024). *Analisis Rantai Pasok, Margin Dan Efisiensi Saluran Pemasaran Beras Di Kabupaten Bone*. *10*(1), 215–224.

Jusnawati, Arifin, & Pata, A. A. (2020). Kontribusi Produksi Padi Sawah Daerah Sentra SIPILU (Sidrap, Pinrang, Luwu) Terhadap Produksi Padi Sawah di Sulawesi Selatan. *Jurnal Agribisnis*, *8*(2), 46–55.

Nurhayati, R., Husaini, M., & Rosni, M. (2020). *Analisis SaluranDan Efisiensi Pemasaran Beras DiDesa Berangas Kecamatan Pulau Laut Timur Kabupaten Kotabaru*.

Nurlaila, D. I., Syafrial, & Meitasari, D. (2023). *Analisis Efesiensi Pemasaran Belimbing Manis (Averrhoa carambola L.) Di Desa Bono, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung*. *7*, 55–67.

Rahman, F. N., & Rosada, I. (2022). *Analisis Kinerja Penyuluh Terhadap Produksi Dan Pendapatan Usahatani Padi Sawah Irigasi (Studi Kasus Di Kecamatan Kahu , Kabupaten Bone)*. *4*(1).

Rainurhikmah, L., Rochdiani, D., & Kurniawati, T. (2021). *Analisis Saluran Pemasaran Padi Organik Di Kecamatan Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya*. *2*, 1–10.

Rappang, K. S. (2023). *Seminar Nasional Peran Petani Milenial dalam Pembangunan Pertanian Menuju Kedaulatan Pangan Berkelanjutan ISSN: 2985-6817*. 86–98.

Sembiring, S. A., Wulan, A., & Purba, D. (2023). *Hubungan Tingkat Pendidikan terhadap Jenis Gabah Dijual Petani Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No 24 Tahun 2020*. *4*(1), 30–33.

Simanjuntak, D., Wicaksono, M., Lestari, Y. M., Berkelanjutan, P. P., Pembangunan, P., Medan, P., Geli, P., & Serdang, K. D. (2025). *Persepsi Petani Dalam Pemanfaatan Keong Mas (Pomacea Canaliculata L.) Menjadi Pupuk Organik Cair Pada Padi Sawah Di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara*. *43*(1).

Siregar, R. (2023). Eksistensi Pertanian Menurut Al-Qur'an Dan Hadits (Analisis Kekuatan Ekonomi Petani Swasembada Dalam Masa Covid-19 Di Kabupaten Tapanuli Selatan). *Al FAWATIH:Jurnal Kajian Al Quran Dan Hadis*, *4*(1), 156–171. https://doi.org/10.24952/alfawatih.v4i1.7904

Thony, A., & Anggraeni, I. D. (n.d.). *Penyuluh Pertanian Di Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyumasin*. *1*, 43–56.

Wardoyo, D. K., Sawitri, N., Studi, P., Universitas, A., Indragiri, I., & Gansal, K. B. (2025). *Analisis Usaha Tani Cabai Merah di Desa Seberida Kecamatan Batang Gansal Kabupaten Indragiri Hulu*. *14*(2), 225–234.

Zain, M. J., Retnosary, R., & Yani, D. (2025). *Analisis Peluang Dan Tantangan Penjualan Langsung Padi Bagi Petani: Studi Kasus Desa Kutawargi*. *6*(4), 3987–4002.