

## ABSTRAK

**Rivandi Pratama, NPM : 71210712036, Analisis Saluran Pemasaran Petani Padi Sawah (*Oryza Sativa*) di Desa Sukajadi, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara.** Dibawah bimbingan Ibu Khairunnisyah, S.P., M.Si selaku ketua komisi pembimbing dan Ibu Hj. Henny Pratiwi, S.P., M.M sebagai anggota komisi pembimbing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran padi sawah di Desa Sukajadi, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dan melibatkan 65 responden yang terdiri dari petani, pedagang pengumpul, kilang padi, pedagang grosir, pedagang pengecer, dan konsumen. Data dikumpulkan menggunakan wawancara dan angket, dan dianalisis dengan statistik deskriptif serta perhitungan margin dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran utama, Saluran I dan Saluran II, dimana Saluran II terbukti lebih efisien dalam hal biaya pemasaran, meskipun margin pemasaran di kedua saluran cukup signifikan. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk memperbaiki struktur saluran pemasaran dengan mengurangi jumlah perantara agar dapat meningkatkan kesejahteraan petani, menurunkan biaya pemasaran, dan mendukung keberlanjutan ketahanan pangan.

**Kata kunci:** efisiensi pemasaran, margin pemasaran, padi sawah, petani, saluran pemasaran

## **ABSTRACT**

*Rivandi Pratama, Student ID: 71210712036, Analysis of Rice Paddy Marketing Channels (Oryza Sativa) in Sukajadi Village, Perbaungan District, Serdang Bedagai Regency, North Sumatra Province. Under the guidance of Mrs. Khairunnisyah, S.P., M.Si as chairperson of the supervisory commission and Mrs. Hj. Henny Pratiwi, S.P., M.M as a member of the supervisory commission. This study aims to analyze the marketing channels, marketing margins, and marketing efficiency of rice paddy in Sukajadi Village, Perbaungan District, Serdang Bedagai Regency. The research used a quantitative approach with a survey method. A total of 65 respondents were involved, consisting of farmers, collectors, rice mills, wholesalers, retailers, and consumers. Data were collected using interviews and questionnaires and analyzed using descriptive statistics along with marketing margin and efficiency calculations. The research results showed that there were two main marketing channels, Channel I and Channel II, where Channel II proved to be more efficient in terms of marketing costs, although the marketing margins in both channels were quite significant. This study recommends improving the structure of marketing channels by reducing the number of intermediaries to increase farmers' welfare, reduce marketing costs, and support the sustainability of food security.*

**Keywords:** *marketing efficiency, marketing margin, rice paddy, farmers, marketing channels*