

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN PADI SAWAH  
(Suatu Kasus di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis)**

**Oleh :**

**Galih Novian Suwardi<sup>1</sup>, Yus Darusman<sup>2</sup>, Mochamad Ramdan<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Galuh.

<sup>2</sup>Dosen Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.

<sup>3</sup>Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh

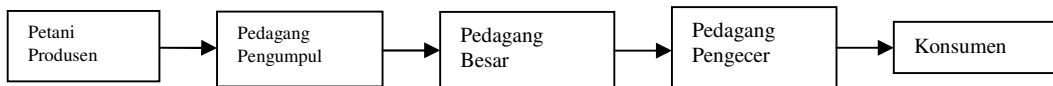
**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui : 1) Saluran pemasaran padi sawah di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis, 2) Besarnya biaya, keuntungan, dan margin pemasaran padi sawah di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis, 3) Besarnya bagian harga yang diterima petani di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survai, dengan mengambil kasus di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis. Teknik penarikan sampel untuk lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling* atau bola salju diambil sebanyak 30 orang petani, 2 orang pedagang pengumpul, 4 orang pedagang besar, dan 29 pedagang pengecer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- 1) Terdapat satu saluran pemasaran padi sawah di Desa Sukanagara yaitu



- 2) Biaya pemasaran padi sawah yang dikeluarkan di tingkat pedagang pengumpul yaitu Rp. 2,174,12 per kilogram, pedagang besar yaitu Rp. 1.017 per kilogram dan pedagang pengecer yaitu Rp. 146,55, per kilogram, sehingga biaya keseluruhan sebesar Rp. 3.337,67 per kilogram.

Sedangkan keuntungan pemasaran padi sawah yang diperoleh di tingkat pedagang pengumpul yaitu Rp. 225,88 per kilogram, pedagang besar Rp. 483 per kilogram dan pedagang pengecer Rp. 1.453,45 per kilogram, sehingga keuntungan keseluruhan sebesar Rp. 2.162,33 per kilogram. Margin pemasaran padi sawah di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 2.400 per kilogram, di pedagang besar sebesar Rp. 1.500 per kilogram, dan di pedagang pengecer sebesar Rp. 1.600 per kilogram sehingga margin keseluruhan sebesar Rp. 5.500 per kilogram.

- 3) *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani adalah 45 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

**Kata Kunci :** *Pemasaran, Padi, Sawah*

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki daratan yang sangat luas sehingga mata pencaharian penduduk sebagian besar berada pada sektor pertanian. Sektor pertanian di Indonesia meliputi subsektor tanaman bahan makanan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan dan subsektor kehutanan. Hal ini kemudian menjadikan sektor pertanian sebagai pasar yang potensial bagi produk-produk dalam negeri baik untuk barang produksi maupun barang konsumsi, terutama produk yang dihasilkan oleh subsektor tanaman bahan makanan.

Padi merupakan sumber kebutuhan utama penduduk Indonesia yang sebagian besar dibudidayakan guna memenuhi kebutuhan

pangan masyarakat Indonesia karena padi merupakan pangan utama yang kaya akan karbohidrat. Pada umumnya, varietas padi sawah pada kondisi jarak tanam sempit akan mengalami penurunan kualitas pertumbuhan, seperti jumlah anakan sedikit, panjang malai yang lebih pendek, dan tentunya jumlah gabah permalai berkurang dibandingkan dengan jarak tanam lebar. Dalam hal ini, dibutuhkan teknologi cara penanaman padi yang lebih inovatif yang dapat menambah produktivitas padi sekaligus mengendalikan organisme pengganggu tanaman padi.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

- 1) Bagaimana saluran pemasaran padi sawah di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis ?
- 2) Berapa besarnya biaya, keuntungan, dan margin pemasaran padi sawah di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis ?
- 3) Berapa besarnya bagian harga yang diterima petani di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis ?

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan mengambil suatu kasus di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis. Metode *survey* pada kelompok tani yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, data yang dipelajari diambil dari populasi tersebut sehingga dapat ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologi.

Untuk mempermudah dan memperjelas pemahaman dalam penelitian ini, maka variabel-variabel yang diamati dan berhubungan dengan penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut:

1. Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan arus barang dan jasa dari petani produsen ke konsumen atau pemakai.
2. Lembaga pemasaran adalah orang atau perusahaan atau lembaga yang secara langsung terlibat dalam proses pemasaran.
3. Saluran pemasaran adalah suatu jalur yang dilalui arus barang-barang dari petani ke lembaga perantara dan akhirnya sampai pada konsumen.
4. Pasar adalah tempat bertemunya calon penjual dan calon pembeli barang dan jasa.
5. Petani padi adalah orang yang membudidayakan tanaman padi.
6. Pedagang pengumpul adalah orang yang membeli iatau menjual padi dari petani kemudian disimpan pada suatu tempat dan dijual kembali kepada pedagang besar.
7. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli padi dalam jumlah banyak dan dijual kembali ke pedagang pengecer.
8. Pedagang pengecer adalah mereka yang langsung menjual atau mengecerkkan padi kepada konsumen.
9. Konsumen akhir adalah pembeli atau setiap orang pemakai barang atau jasa yang dalam masyarakat baik bagi

- kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan tidak untuk diperdagangkan.
10. Harga jual adalah nilai dari padi yang dikeluarkan atau dijual saat penelitian dilakukan, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
  11. Harga beli adalah nilai dari padi yang diterima atau dibeli saat penelitian dilakukan, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
  12. Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu prose produksi.
  13. Penyimpanan adalah salah satu bentuk tindakan pengamanan yang selalu terkait dengan waktu yang bertujuan untuk mempertahankan dan menjaga komoditi yang disimpan dengan cara menghindari, menghilangkan berbagai faktor yang dapat menurunkan kualitas dan kuantitas komoditi tersebut.
  14. Pengepakan adalah alat mengemas suatu barang atau bentuk yang berbeda-beda tergantung dari jenis dan bentuk produknya serta tujuan atau sasaran distribusi produk
  15. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang terima petani produsen.
  16. Keuntungan adalah selisih lebih antara harga pokok dan biaya yang dikeluarkan dengan penjualan atau bisa diartikan selisih antara total penjualan dengan total biaya, total penjualan yakni perkalian antara jumlah produksi dengan harga barang yang dijual.
  17. Farmer's share merupakan perbandingan harga yang diterima oleh petani dengan harga di tingkat lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam persentase.

#### **Teknik Penarikan Sampel**

Teknik penarikan sampel untuk lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling* atau bola salju. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang tidak jelas keberadaannya dan tidak pasti jumlahnya dengan cara menemukan sampel, untuk kemudian dari sampel tersebut dicari (digali) keterangan mengenai keberadaan sampel lain terus demikian secara berantai.

#### **Rancangan Analisis Data**

Untuk menentukan besarnya margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan bagian harga yang diterima oleh

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN PADI SAWAH**  
(Suatu Kasus di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis)  
**GALIH NOVIAN SUWARDI, YUS DARUSMAN, MOCHAMAD RAMDAN**

petani (*Farmer's Share*) dihitung dengan rumus sebagai berikut :

1. Marjin pemasaran :  

$$Mm = Pe - Pf$$
 Keterangan :  
 $Mm$  = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran  
 $Pe$  = Harga jual produk di tingkat lembaga pemasaran ke i  
 $Pf$  = Harga beli produk di tingkat petani
2. Biaya Pemasaran :  

$$TC = Mm - \pi$$
 Keterangan :  
 $TC$  = Total biaya di tingkat lembaga pemasaran  
 $Mm$  = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran  
 $\pi$  = Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran
3. Keuntungan Pemasaran :  

$$\pi = Mm - TC$$
 keterangan:  
 $\pi$  = Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran  
 $Mm$  = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran  
 $TC$  = Total biaya di tingkat lembaga pemasaran
4. Untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menggunakan rumus :  

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$
 Keterangan :  
 $FS$  = Bagian harga yang diterima petani (*Farmer's share*)  
 $Pf$  = Harga di tingkat petani (Rp/kg)  
 $Pr$  = Harga di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

**Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis. Adapun tahapan waktu penelitian dilaksanakan sebagai berikut :

1. Tahap persiapan yaitu *survey* pendahuluan, penulisan usulan penelitian dan seminar usulan penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2017.
2. Tahap pengumpulan data dari lapangan, yaitu pengumpulan data primer dan data sekunder dilaksanakan pada bulan Januari 2017.
3. Tahap pengolahan, analisis data dan penyusunan serta penulisan hasil

penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan selesai.

**Identitas Responden**

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 65 orang yang terdiri dari 30 orang petani padi sawah, 2 orang pedagang pengumpul, 4 orang pedagang besar dan 29 pedagang pengecer.

Semua petani padi dan pedagang pengumpul berada di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis, 4 (satu) orang pedagang besar berada di Kota di Tasikmalaya 1 (satu) orang pedagang besar, berada di Ciamis dan 1 (satu) orang pedagang besar, berada di Kota Banjar 1 (satu) orang, dan , berada di Ciamis dan 1 (satu) orang pedagang besar, pedagang pengecer berada di Kota Bandung 6 (enam) orang pedagang pengecer, berada di Tasikmalaya 9 (sembilan) orang pedagang pengecer, berada di Ciamis 8 (delapan) orang pedagang pengecer, berada di Kota Banjar 6 (enam) pedagang pengecer.

**Analisis Biaya Pemasaran Padi Sawah di Desa Sukanagara**

**a. Kegiatan Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli produk pertanian dari petani produsen yang dikumpulkan pada suatu tempat untuk dijual kembali ke lembaga pemasaran lain. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan di tingkat pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Rata-rata Biaya Pemasaran Padi Sawah di Pedagang Pengumpul**

No	Jenis Biaya	Jumlah Biaya
1	Tranportasi	605
2	Penggilingan	550
3	Pengemasan	125
4	Biaya Penyusutan	794,12
5	Biaya lain	100
<b>Jumlah</b>		<b>2.174,12</b>

Tabel 3 menunjukkan, bahwa biaya yang paling besar dikeluarkan pedagang pengumpul adalah biaya tranportasi sebesar Rp. 605 per Kg, Penggilingan Rp. 550 per Kg, pengemasan Rp. 125 per Kg, biaya penyusutan Rp 794,12 dan biaya lainnya Rp. 100 per Kg.

**b. Kegiatan Pedagang Besar**

Pedagang besar adalah pedagang yang membeli beras dalam jumlah banyak yang umumnya berasal dari pedagang pengumpul dan dijual kembali kepada pedagang pengecer. Rata-rata biaya kegiatan di pedagang besar dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Rata-rata biaya kegiatan pedagang besar**

No	Jenis Biaya	Jumlah Biaya
1	Transportasi	605,00
2	Bongkar Muat	262,50
3	Pengemasan	150,00
<b>Jumlah</b>		<b>1.017,50</b>

Tabel 4 menunjukkan bahwa rata-rata bahwa biaya yang paling besar dikeluarkan pedagang besar adalah biaya transportasi sebesar Rp. 605 per Kg, bongkar muat Rp. 262,50 per Kg, dan pengemasan Rp. 150 per Kg. Untuk lebih jelasnya, rincian biaya pemasaran yang dikeluarkan di tingkat pedagang Besar.

**c. Kegiatan pedagang pengecer**

Pedagang Pengecer adalah pedagang yang membeli beras dari pedagang besar untuk dijual atau diecerkan kepada konsumen, rata-rata biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Rata-rata Biaya Kegiatan Pedagang Pengecer**

No	Jenis Biaya	Jumlah Biaya
1	Pengemasan	146,55
<b>Jumlah</b>		<b>146,55</b>

Berdasarkan Tabel 5, bahwa biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah biaya pengemasan Rp. 146,55 per Kg. Untuk lebih jelasnya, rincian biaya pemasaran yang dikeluarkan di tingkat pedagang pengecer.

**d. Analisis Biaya, Marjin, dan Keuntungan Pemasaran antar Lembaga Pemasaran**

Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh petani akan berpengaruh terhadap harga produk dan akan mempengaruhi besar kecilnya nilai *share*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6. Rata-rata Biaya, Keuntungan, Marjin Pemasaran, dan *Farmer's Share* pada Pemasaran Padi Sawah di Desa Sukanagara Kecamatan Lakhok Kabupaten Ciamis**

No	Lembaga pemasaran	Satuan		Fs
1	Petani			45,00
	Volume jual	Kg	28.888,00	
	Harga jual	Rp/kg	4.500,00	
2	Pengumpul			
	Volume beli	Kg	28.888,00	
	Volume jual	Kg	24.555,00	
	Harga beli	Rp/kg	4.500,00	
	Harga jual	Rp/kg	6.900,00	
	Marjin	Rp/kg	2.400,00	
	Biaya Rata-rata	Rp/kg	2.174,12	
Keuntungan	Rp/kg	225,88		
3	Pedagang besar			
	Volume beli	Kg	24.555,00	
	Volume jual	Kg	24.555,00	
	Harga beli	Rp/kg	6.900,00	
	Harga jual	Rp/kg	8.400,00	
	Marjin	Rp/kg	1.500,00	
	Biaya Rata-rata	Rp/kg	1.017,00	
Keuntungan	Rp/kg	483,00		
4	Pedagang Pengecer			
	Volume beli	Kg	24.555,00	

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN PADI SAWAH**  
(Suatu Kasus di Desa Sukanagara Kecamatan Lakkok Kabupaten Ciamis)  
**GALIH NOVIAN SUWARDI, YUS DARUSMAN, MOCHAMAD RAMDAN**

Volume jual	Kg	24.555,00
Harga beli	Rp/kg	8.400,00
Harga jual	Rp/kg	10.000,00
Marjin	Rp/kg	1.600,00
Biaya Rata-rata	Rp/kg	146,55
Keuntungan	Rp/kg	1.453,45
Marjin total	Rp/kg	5.500,00
Biaya Total	Rp/kg	3.337,67
Kuntungan total	Rp/kg	2.162,33

**e. Bagian Harga yang Diterima Petani (*Farmer's Share*) atau Persentase**

*Farmer's share* adalah persentase harga yang diterima produsen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untung ruginya para petani tidak ditentukan oleh besar kecilnya nilai *Farmer's share*, tetapi dipengaruhi oleh harga produk dan biaya yang dikeluarkan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata harga jual di tingkat petani Rp. 4.500 per kilogram, dan rata-rata harga jual di tingkat pedagang pengecer yang menjual ke konsumen sebesar Rp. 10.000 per kilogram, maka besarnya nilai *Farmer's share*-nya adalah

$$\begin{aligned} \text{Farmer's Share} &= \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \\ &= \frac{4500}{10000} \times 100\% = 45\% \end{aligned}$$

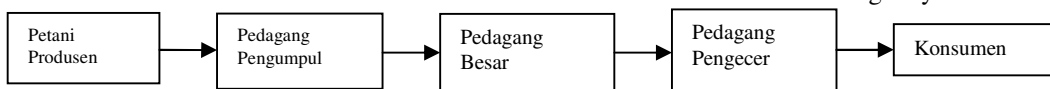
Dari hasil perhitungan diperoleh *Farmer's share* sebesar 45 persen, hal ini menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima petani 45 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Terdapat satu saluran pemasaran padi sawah di Desa Sukanagara yaitu



- 2) Biaya pemasaran padi sawah yang dikeluarkan di tingkat pedagang pengumpul yaitu Rp. 2.174,12 per kilogram, pedagang besar yaitu Rp. 1.017 per kilogram dan pedagang pengecer yaitu Rp. 146,55, per kilogram, sehingga biaya keseluruhan sebesar Rp. 3.337,67 per kilogram. Sedangkan keuntungan pemasaran padi sawah yang diperoleh di tingkat pedagang pengumpul yaitu Rp. 225,88 per kilogram, pedagang besar Rp. 483 per kilogram dan pedagang pengecer Rp. 1.453,45 per kilogram sehingga keuntungan keseluruhan sebesar Rp. 2.162,33 per kilogram. Marjin pemasaran padi sawah di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 2.400 per kilogram, di pedagang besar sebesar Rp. 1.500 per kilogram, dan di pedagang pengecer sebesar Rp. 1.600 per kilogram sehingga marjin keseluruhan sebesar Rp. 5.500 per kilogram.
- 3) *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani adalah 45 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

**Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat disarankan sebagai berikut :

- 1) Untuk menjaga harga di petani tetap stabil disarankan petani dan lembaga pemasaran lebih sering untuk berinteraksi dan pertemuan agar mampu untuk saling memberikan informasi harga padi sawah dan memotong saluran pemasaran yang panjang.
- 2) Kepada pelaku pemasaran disarankan agar keuntungan yang diambil disesuaikan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan sehingga tidak terjadi ketimpangan keuntungan antar lembaga pemasaran.
- 3) Disarankan kepada petani agar lebih menggunakan input yang bagus sehingga bisa meningkatkan dan menjaga kualitas serta kuantitas produksi yang dihasilkan agar dapat bersaing di pasaran, salah satunya dengan cara menggunakan bibit yang lebih unggul.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrachman, Murtisari, A. Rahman A. 2010. *Analisis Pendapatan Usahatani Padi Sawah Pada Sistem Tanam Legowo* Jurusan Agribisnis Fakultas Ilmu-Ilmu Pertanian Universitas Negeri Gorontalo. (2010):1-10. Jurnal Perspektif pembiayaan dan Pembangunan Daerah.
- Angipora. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Anjayani dan Haryanto. 2009. *Geografi SMA XI*. Penerbit Cempaka Putih. Jakarta.
- Anonim, 2009. *Badan Litbang Pertanian Petunjuk Teknis Lapang, Pengelolaan Tanaman Terpadu (PTT) Padi Sawah, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2014. *Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Padi Sawah di Kabupaten Ciamis Tahun 2015*.
- Darmawan, I. Mejaya, J.M. 2010. *Sistem Tanam Legowo*. Balai Besar Penelitian Tanaman Padi. Jakarta
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Desa Sukanagara. 2016. *Monografi Desa*. Desa Sukanagara Kecamatan Lakkok.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks. Jakarta.
- Ma'ruf. 2005. *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Mulyadi. 2007. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-6. STIE YKPN. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-4. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Natawigen, H. 2004. *Pengendalian Hama Terpadu (Integarted Pest Control)*. Armico, Bandung.
- \_\_\_\_\_, H. 2008. *Pengendalian Hama Terpadu (Integarted Pest Control)*. Armico, Bandung.
- Rahim, Abd. Hastatuti, DR.W. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Analisa Usahatani*. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Soemartono, 2004. *Bercocok Tanam Padi*, Jakarta: CV. Yasaguna.
- \_\_\_\_\_, 2006. *Bercocok Tanam Padi*, Jakarta: CV. Yasaguna.
- \_\_\_\_\_, 2007. *Bercocok Tanam Padi*, Jakarta: CV. Yasaguna.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Solihin. 2008. *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sumiati, 2003. *Budidaya Padi*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suparyono, 2003 *Padi*. Jakarta Penebar Swadaya.
- Suprayitna, 2006 : *Kiat Sukses Bertani*, Solo : CV Aneka.
- Surya Permana. 2007 *usaha Tani Padi Tanah Benih Langsung (tabel)* Lembang : BPTP.
- Ubaedillah, A. 2014. *Analisis Saluran Pemasaran Benih Padi Sawah Varietas Ciharang*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Galuh Ciamis. Ciamis.
- Wiratha. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjasyono, Bayong. 2004. *Klimatologi Umum*. Institut Teknologi Bandung. Bandung.
- Tjitorosoepomo, Gembong. 2002. *Taksonomi Tumbuhan (Spermatopyta)*. Yogyakarta : Gajah Mada. University Press.
- Vergara, 2002. *Bercocok Tanam Padi*. Jakarta : Proyek Sarana Fisik Bappenas.
- Widodo, 2007. *Mengatasi Permasalahn Budidaya Padi*. Penebar Swadaya. Jakarta.