**KATA PENGANTAR**

**Artinya: (10) *Hai orang-orang yang beriman, sukakahkamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? (11) (Yaitu) beriman kamu kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui*. (As-shaff : 10-11)**

Padi merupakan salah satu pilihan usaha yang cukup tinggi usaha dibidang pertanian. Padi ini tidak hanya berperan sebagai sumber devisa melainkan juga sebaga sumber penghasilan bagi para petani sawah. Maka dari itu penulis mengambil judul skripsi tentang “ Potensi Pengembangan dan Sistem Pemasaran Padi Sawah DI Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas”. Skripsi yang ditulis mengambil judul mengenai “Potensi Pengembangan dan Sisitem Pemasaran Padi sawah di kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas”, yang merupakan salah satu syarat untuk memeperoleh gelar sarjana pertanian (S1) Pada Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.

Akhirnya, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberi masukan sehingga skripsi ini dapat di selsaikan.

**Medan, Januari 2021**

**Penulis**

**Rida Amnawari Hrp**

**174114065**

**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iii**

**DAFTAR TABEL vi**

**DAFTAR GAMBAR vii**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
  2. Identifikasi Masalah 5
  3. Batasan Masalah 6
  4. Rumusan Masalah 6
  5. Tujuan Masalah 7
  6. Manfaat Penelitian 7
  7. Anggapan Dasar 8
  8. Hipotesis 8

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9**

2.1 Padi 9

2.1.1 Pengertian Padi 9

2.1.2 Jenis-Jenis Padi 10

2.1.3 Manfaat Padi 11

2.2 Potensi Pengembangan 12

2.2.1 Pengertian Potensi Pengembangan 12

2.2.2 Minat Petani Padi Sawah 12

2.2.3Teknologi Pertanian 13

2.3 Sistem Pemasaran 14

2.3.1 Pengertian Sistem Pemasaran 14

2.3.2 Saluran Pemasaran 14

2.3.3 Margun Pemasaran 15

2.4 Penelitian Terdahulu 16

2.5 Analisis SWOT 18

2.5 Kerangka Berfikir 18

**BAB III METODE PENELITIAN 20**

3.1 Desain Penelitian 20

3.2 Populasi dan Sampel 20

3.2.1 Populasi 20

3.2.2 Sampel 21

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 21

3.3.1 Lokasi Penelitian 21

3.3.2 Waktu Penelitian 21

3.4 Variabel dan Indikator 22

3.4.1 Variabel 22

3.5 Instrumen Penelitian 23

3.6 Teknik Pengumpulan Data 23

3.7 Teknik Analisis Data 24

3.8 Batasan Operasional 31

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 3.2**

4.1 Hasil dan Pembahasan 32

4.1.1 Letak dan Keadaan Geografis 32

4.2 Karakteristik Sampel 34

4.2.1 Karakteristik Sampel Menurut Umur 34

4.2.2 Karakteristik Sampel Menurut Pendidikan 35

4.2.3 Karakteristik Sampel Menurut Kepemilikan Lahan 36

4.2.4 Karakteristik Sampel Menurut Jumlah Tangan 37

4.2.5 Jumlah Pendudukan 37

4.2.6 Karakteristik Pedagang 37

4.3 Pembahasan 38

4.3.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal 38

4.4 Potensi Pengembangan Padi Sawah 39

4.4.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal 39

4.5 Sistem Mata Rantai Pemasaran Padi Sawah 47

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 51**

5.1 Kesimpulan 51

5.2 Saran 52

**DAFTAR PUSTAKA 53**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 16

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 22

Tabel 3.2 Matriks SWOT 25

Tabel 3.3 Karakteristik Sampel Menurut Petani 28

Tabel 4.1 Karakteristik Sampel Menurut Pendidikan 35

Tabel 4.2 Karakteristik Sampel Menurut Kepemilikan Lahan 35

Tabel 4.3 Karakteristik Sampel Menurut Jumlah Tanggungan 36

Tabel 4.4 Jumlah Penduduk 37

Tabel 4.5 Penentuan Faktor Internal 37

Tabel 4.6 Penentuan Faktor Eksternal 39

Tabel 4.7 Penentuan Faktor Eksternal Padi Sawah 40

Tabel 4.8 Pembobotan Faktor Internal (IFAS) 41

Tabel 4.9 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS) 42

Tabel 4.10Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS) 44

Tabel 4.11 Saluran Pemasaran I 49

Tabel 4.12 Saluran Pemasaran II 50

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 19

Gambar 4.1 Gambar Matriks Swot………………………………………….45