

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SISTEM PEMASARAN KOMODITAS PADI DI WILAYAH KOTA TERPADU MANDIRI (KTM) MESUJI PROVINSI LAMPUNG**

**Oleh**

**FIRDAUS FERNANDO MARPAUNG**

Komoditas padi merupakan komoditas strategis untuk ketahanan pangan di Indonesia. Salah satu isu penting dalam komoditas padi yaitu pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sistem pemasaran dan efisiensi padi di wilayah Kota Terpadu Mandiri (KTM) Kabupaten Mesuji Provinsi Lampung. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja di Desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur, dan Pangkal Mas Mulya, Kecamatan Mesuji, Kabupaten Mesuji, Provinsi Lampung. Penelitian ini melibatkan 68 petani padi yang dipilih secara acak, 14 pedagang pengepul, dan 8 pedagang penggiling. Data penelitian dikumpulkan dari bulan Juni sampai dengan Juli 2019 dan dianalisis dengan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran padi di Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang penggiling. Sistem pemasaran padi di Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji belum efisien karena nilai *rasio profit margin* (RPM) pada setiap lembaga pemasaran tidak menyebar secara merata.

**Kata kunci** : sistem pemasaran, efisiensi, padi

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF RICE COMMODITY MARKETING SYSTEM IN MESUJI MANDIRI INTEGRATED CITY AREA, LAMPUNG PROVINCE**

**By**

**FIRDAUS FERNANDO MARPAUNG**

Rice is a strategic commodity for food security in Indonesia. One of the important issues in rice commodities is marketing. The purpose of this study was to analyze rice marketing system and efficiency of rice in Kota Terpadu Mandiri (KTM) in Mesuji district, Lampung Province. The location of this research was deliberately chosen in the villages of Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur, and Pangkal Mas Mulya, Mesuji Sub-district, Mesuji district, Lampung Province. This study involved 68 rice farmers who were randomly selected, 14 collectors, and 8 millers. Research data was collected from June to July 2019 and analyzed by quantitative descriptive analysis. The Study suggests that the marketing channels for rice in Mesuji Timur District, Mesuji Regency were farmers, collectors and grinders. The rice marketing system in Mesuji Sub-district, Mesuji district has not been efficient because the value of the profit margin ratio (RPM) in each marketing agency is not evenly distributed.

**Keywords** : efficiency, marketing system, rice