

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

(Skripsi)

Oleh :

**FIRDAUS FERNANDO MARPAUNG**  
1414131071



**JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2021**

## **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

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

Oleh :

**FIRDAUS FERNANDO MARPAUNG**

1414131071

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PERTANIAN**

**pada**

**Jurusan Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERISTAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2021**

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

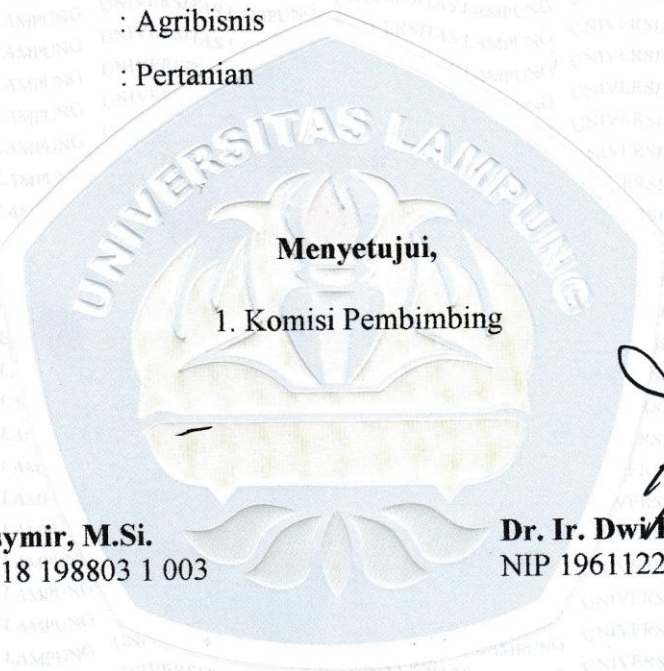
Nama : **Firdaus Fernando Marpaung**

NPM : 1414131071

Program Studi : Agribisnis

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



**Menyetujui,**

1. Komisi Pembimbing

**Ir. Eka Kasymir, M.Si.**  
NIP 19630618 198803 1 003

**Dr. Ir. Dwi Haryono, M. S.**  
NIP 19611225 198703 1 005

2. Ketua Jurusan Agribisnis

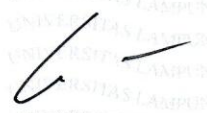
**Dr. Teguh Endaryanto, S. P., M. Si.**  
NIP 19691003 199403 1 004



**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

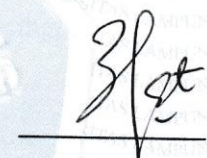
**Ketua : Ir. Eka Kasymir, M.Si**



**Sekretaris : Dr. Ir. Dwi Haryono, M. S.**



**Penguji  
Bukan Pembimbing: Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.**



**2. Dekan Fakultas Pertanian**



**Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M. Si.**  
**NIP.19611020 198603 1 002**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Desember 2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firdaus Fernando Marpaung  
NPM : 1414131071  
Program Studi : S1 Agribisnis  
Jurusan : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Alamat : Jl. Pulau Damar Gg. Widjayakusuma No 29  
Kel. Waydadi baru Kec. Sukarame Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 24 Desember 2021  
Penulis,



**Firdaus Fernando Marpaung**  
**NPM 1414131071**

## RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Magelang pada tanggal 11 Februari 1995 dari pasangan Bapak Brig. Ruffin Marpaung, Sip.Mm. dan Ibu Asmida Purba. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis memiliki kakak perempuan bernama Marina Christiani marpaung dan adik laki-laki bernama Ricky Arifson marpaung. Penulis menyelesaikan pendidikan taman kanak-kanak di TK Kartika pada tahun 2001, tingkat Sekolah Dasar

di SDN 5 Cisereuh Purwakarta pada tahun 2008, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Purwakarta pada tahun 2011 dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMAN 2 Cimahi pada tahun 2014. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Lampung, Fakultas Pertanian, Jurusan Agribisnis pada tahun 2014, kemudian pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Agribisnis pada Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2017. Selanjutnya, pada bulan Juli 2017 penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di PT. Asia Makmur. Selama masa perkuliahan penulis berperan aktif dalam organisasi kemahasiswaan yaitu menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung bidang IV yaitu bidang Kewirausahaan pada periode tahun 2014 hingga tahun 2018. Penulis juga pernah menjadi Ketua Bidang IV Keriwausahaan pada periode tahun 2017-2018.



## SANWACANA

Puji Syukur penulis panjatkan bagi Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Sistem Pemasaran Komoditas Padi di Wilayah Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Provinsi Lampung**”, Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P. M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis, atas arahan, bantuan, semangat dan nasihat yang telah diberikan.
3. Ir. Eka Kasymir, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Pertama atas ketulusan hati, bimbingan, arahan, motivasi dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.
4. Dr. Ir. Dwi Haryono, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ketulusan hati dan kesabaran, bimbingan, arahan, motivasi, perhatian, nasihat, saran dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ir. Suriaty Situmorang, M.Si., selaku Dosen Pembahas, atas ketulusannya memberikan masukan, arahan, motivasi, bimbingan, nasihat, saran dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Dr. Indah Listiana, S.P., M.Si., selaku Sekertaris Jurusan Agribisnis, atas arahan, bantuan, motivasi dan nasihat yang telah diberikan.

7. Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M.P., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas motivasi, arahan dan nasihatnya.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan di Jurusan Agribisnis (Mba Iin, Mba Tunjung, dan Mas Boim) atas semua bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Rufbin Marpaung dan Ibunda tersayang Asmida Purba, serta kakak dan adik tercinta, Marina Christiani Marpaung dan Ricky Arifson Marpaung, yang selalu memberikan doa dan restu serta kasih sayang yang tak pernah terputus hingga akhir perjuangan.
10. Seluruh pengurus Program Kota Terpadu Mandiri (KTM), khususnya daerah penelitian ini.
11. Fikih Aditian, Andreas Dolar, Mustofa, Fiko Alif Putra, Fajar Nauval, Ade Saputra dan Aji Pangestu, atas saran, nasihat, bantuan, dukungan dan semangat berjuang untuk penulis.
12. Teman-teman Agribisnis 2014 dan Atu Kiyai 2013, terimakasih atas nasihat, kebersamaan, dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini.
13. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dengan segala kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini tetap bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan.

Bandar Lampung, Desember 2021  
Penulis,

**Firdaus Fernando Marpaung**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Kota Terpadu Mandiri (KTM).....	7
1. Definisi, Tujuan Dasar, dan Konsep KTM .....	7
2. Fungsi Hirarki Permukiman KTM.....	8
B. Pengertian Sistem Perdagangan.....	9
C. Padi .....	10
D. Konsep Pemasaran .....	10
1. Pengertian Persediaan .....	10
E. Definisi Pemasaran .....	12
F. Efisiensi Pemasaran.....	12
G. Pengeambilan Keputusan Pasar .....	14
H. Peranan Pasar .....	16
I. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	17
J. Kerangka Pemikiran.....	23
<b>III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional .....	26
B. Lokasi, Responden, Dan Waktu Penelitian .....	28

C. Teknik Pengumpulan data .....	31
D. Metode Analisis Data .....	32
1. Analisis Pengolahan Data .....	32
2. Analisis Saluran Pemasaran .....	32
3. Analisis Struktur Pemasaran .....	32
4. Analisis Efisiensi Pemasaran.....	33
5. Harga, biaya, dan volume penjualan .....	33
6. Analisis Famer Share .....	33
7. Analisis Margin Pemasaran dan Rasio Profit Margin.....	34
8. Elastisitas Transmisi Harga.....	35
<b>IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Keadaan Umum Kabupaten Mesuji .....	37
1. Keadaan Geografis.....	37
2. Keadaan Demografi .....	38
3. Keadaan Umum Pertanian .....	38
B. Keadaan Umum Kecamatan Mesuji Timur .....	39
1. Keadaan Geografis .....	39
2. Keadaan Demografi .....	40
3. Keadaan Pertanian.....	41
C. Keadaan Umum Desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur dan Pangkal Mas Mulya.....	41
1. Profil Singkat Desa Tanjung Mas Mulya.....	42
2. Profil Singkat Desa Tanjung Mas Makmur .....	42
3. Profil Singkat Desa Pangkal Mas Mulya .....	43
<b>V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Responden Penelitian .....	45
B. Karakteristik Responden .....	45
1. Petani Padi (Produsen) .....	45
2. Pedagang Pengumpul .....	48
C. Karakteristik Padi.....	49
D. Analisis Efisiensi Sistem Pemasaran Padi .....	50
1. Lembaga dan Fungsi-fungsi Tataniaga .....	50
2. Organisasi Pasar .....	53
<b>VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Sebaran luar areal tanaman padi di Provinsi Lampung menurut kabupaten/kota, tahun 2015 .....	3
2. Sebaran perluasan bagi produksi tanaman padi sawah perkabupaten/kota di Provinsi Lampung tahun 2009 hingga 2013(ton). .....	4
3. Kajian penelitian terdahulu .....	18
4. Sebaran penduduk di Kabupaten Mesuji berdasarkan kelompok usia .....	38
5. Sebaran luas lahan dan produksi tanaman pangan di Kabupaten Mesuji.	39
6. Sebaran penduduk di Kecamatan Mesuji Timur berdasarkan kelompok usia .....	40
7. Sebaran pemanfaatan lahan di Kecamatan Mesuji Timur .....	41
8. Sebaran responden petani berdasarkan tingkat pendidikannya di Kecamatan Mesuji Timur, tahun 2021 .....	46
9. Sebaran responden petani berdasarkan pengalaman berusahatani di Kecamatan Mesuji Timur, tahun 2021 .....	47
10. Sebaran responden petani berdasarkan luas lahan di Kecamatan Mesuji Timur, tahun 2021 .....	48
11. Sebaran responden pedagang pengumpul berdasarkan pendidikan di Kecamatan Mesuji Timur, tahun 2021 .....	49
12. Sebaran responden pedagang pengumpul berdasarkan pengalaman usaha (berdagang) di Kecamatan Mesuji Timur, tahun 2021 .....	49
13. Fungsi-fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran padi di Kecamatan Mesuji Timur, tahun 2021 .....	50
14. Margin, RPM pemasaran dan <i>Producer's share</i> (pangsa produsen) padi di lokasi penelitian, tahun 2021.....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Sistem Pemasaran Padi di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji Provinsi Lampung .	25
2. Saluran pemasaran padi di Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji, tahun 2021 .....	58

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pertanian merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Penerimaan pada sektor pertanian terus bersaing dengan penerimaan di sektor industri. Kontribusi yang besar terhadap perekonomian negara tak didampangi oleh kualitas hasil yang baik, hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan petani terhadap sektor pertanian. Petani hanya mendapatkan ilmu tentang pertanian secara turun temurun tanpa mau mempelajari lebih mendalam. Sejatinya, pengembangan sektor pertanian dapat ditingkatkan melalui pemberdayaan rakyat dengan pendekatan sistem agribisnis yang menunjang seluruh kegiatan usahatani dari hulu hingga hilir.

Sebagai salah satu negara agraris, sektor pertanian merupakan sektor yang sangat penting dalam membangun perekonomian negara, namun pada kenyataan yang terjadi di Indonesia, petani Indonesia masih memiliki status kesejahteraan yang rendah. Kualitas dan kuantitas hasil pertanian yang diusahakan oleh petani sering kali tak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan untuk berusahatani. Petani sering kali mengalami kerugian akibat lahan yang diusahakan menghasilkan produksi yang rendah, walau produksi yang dihasilkan tinggi, namun kualitas produksinya kurang baik sehingga memiliki harga jual yang rendah.

Transmigrasi adalah perpindahan penduduk dan provinsi atau pulau yang padat penduduknya ke provinsi atau pulau yang jarang penduduknya dalam satu wilayah negara. Transmigrasi merupakan jenis migrasi yang hanya berlangsung di Indonesia. Transmigrasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kebijakan kependudukan nasional. Transmigrasi merupakan program pemerintah yang

berupaya melakukan pemerataan penduduk dengan cara memindahkan penduduk di daerah-daerah padat ke daerah-daerah yang jarang penduduknya.

Pembangunan Transmigrasi merupakan bagian integral dari pembangunan nasional dan daerah sebagai fasilitator percepatan pembangunan, terutama dikawasan yang masih terisolir atau tertinggal. Program ini sekaligus diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan para transmigran dan masyarakat sekitarnya, hal ini tertuang dalam Undang-undang nomor 15 tahun 1997 tentang Ketransmigrasian dan Peraturan Pemerintah nomor 2 tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Transmigrasi.

Sasaran penyelenggaraan transmigrasi adalah untuk meningkatkan kemampuan dan produktivitas masyarakat transmigrasi, membangun kemandirian dan mewujudkan integritas di pemukiman transmigrasi sehingga ekonomi dan sosial budaya mampu tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Perkembangan transmigrasi di Indonesia terus mengalami perubahan dan penyesuaian mengamanatkan bahwa perencanaan dan pengembangan kawasan transmigrasi diarahkan menuju terbentuknya pusat-pusat pertumbuhan ekonomi, maka Wilayah Pengembangan Transmigrasi (WPT) dan Lokasi Pemukiman Transmigrasi (LPT) diakselerasi melalui pendekatan pembangunan Kota Terpadu Mandiri (KTM).

Menurut Suparno (2006) Kota Terpadu Mandiri (KTM) akan dikembangkan di delapan kawasan transmigrasi yang ditunjuk sebagai pilot proyek Kota Terpadu Mandiri (KTM), yaitu Pulau Rupat di Provinsi Riau, Provinsi Lampung, dan Provinsi Kalimantan. Pada Provinsi Lampung dilakukan di Kabupaten Mesuji, Tulang Bawang, dan Way kanan.

Menurut Depnakertrans (2006) Kawasan Transmigrasi Mesuji di Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung, dipilih sebagai pilot proyek pengembangan KTM dengan pertimbangan karena letaknya yang strategis. Kawasan Transmigrasi Mesuji berada di antara Jalan Lintas Timur Trans Sumatera yang menghubungkan Kota Bandar Lampung dan Kota Palembang. Kawasan itu memiliki 50 satuan pemukiman dan telah dihuni sekitar 25 ribu kepala keluarga

transmigran dari Jawa serta transmigran lokal dari sejumlah wilayah di Provinsi Lampung sejak awal 1980-an.

Program pengembangan KTM Mesuji secara garis besar terdiri dari (1) Pengembangan Usaha Ekonomi Berbasis Komoditi Unggulan, (2) Pemberdayaan Masyarakat, (3) Pengembangan Infrastruktur Kawasan, dan (4) Pembangunan Kawasan serta pengembangan pusat KTM, yang meliputi desa-desa utama dan pusat KTM.

Komoditi unggulan yang dikembangkan dalam program KTM Kabupaten Mesuji adalah komoditi padi, karena, lahan areal di wilayah, tersebut berupa rawa, sesuai dengan pengembangan komoditi padi. Oleh karena itu, Kabupaten Mesuji merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi areal untuk komoditi padi untuk dikembangkan. Secara rinci sebaran luas areal tanaman padi di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Sebaran luar areal tanaman padi di Provinsi Lampung menurut kabupaten/kota, tahun 2015

Kabupaten/Kota	Luas areal tanaman padi di Provinsi Lampung Kabupaten/Kota					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Lampung Barat	35531	35957	38773	24590	25076	23854
Tanggamus	40377	38025	40114	41551	40069	50083
Lampung Selatan	71998	74997	76108	80596	78583	88129
Lampung Timur	83834	84591	94417	95383	90583	110099
Lampung Tengah	109193	124386	125370	123740	138690	138807
Lampung Utara	25711	28565	30179	31624	32242	33011
Way Kanan	27011	31911	30150	32314	33084	31944
Tulang Bawang	41499	40506	40620	39620	47309	50060
Pesawaran	27045	27700	28864	28328	26700	30733
Pringsewu	21515	21441	21453	22078	24334	23611
<b>Mesuji</b>	<b>25194</b>	<b>18952</b>	<b>31350</b>	<b>27324</b>	<b>27555</b>	<b>39246</b>
Tulang Bawang Barat	13269	10703	14354	15504	16699	18159
Pesisir Barat	-	-	-	15289	15018	15473
Bandar Lampung	1784	1617	1261	1685	1655	1675
Metro	4416	4592	4233	4853	3143	5676
Provinsi Lampung	528377	543943	577246	584479	600750	660560

Sumber : Badan Pusat Statistik , tahun 2015.

Tabel 1, menunjukkan bahwa Provinsi Lampung memiliki luas areal tanaman padi sawah yang luas. Kabupaten Mesuji yang menjadi tempat destinasi program Kota Terpadu Mandiri (KTM) memiliki luas areal tanam sebesar 39.246 ha. Pada tahun 2015 Kabupaten Mesuji yang umumnya daerah rawa memungkinkan luas areal padi sawah masih bisa berkembang.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi sentra produksi pangan yang mampu memanfaatkan lahan kering dalam menunjang produksi pangan nasional dan merupakan daerah yang kontribusinya meningkat yaitu koditi padi.

Perkembangan produksi komoditi padi sawah perkabupaten/kota di Provinsi Lampung tahun 2009 sampai dengan 2013 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Sebaran perluasan bagi produksi tanaman padi sawah perkabupaten/kota di Provinsi Lampung tahun 2009 hingga 2013(ton).

<b>Kabupaten/ Kota</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
	(ton)	(ton)	(ton)	(ton)	(ton)
Lampung Barat	153.144	160.080	165.342	177.810	116.607
Tanggamus	306.716	208.553	201.067	212.317	226.628
Lampung Selatan	338.988	370.060	395.437	399.900	441.113
Lampung Timur	417.521	431.981	443.552	492.315	509.949
Lampung Tengah	550.253	570.968	654.546	660.443	673.564
Lampung Utara	108.471	117.088	131.155	139.319	150.339
Way Kanan	135.751	120.487	145.472	137.161	151.674
Tulang Bawang	324.412	187.412	186.728	185.674	186.781
Pesawaran	119.971	139.159	146.317	150.526	153.472
Pringsewu	0	111.239	113.284	113.342	120.275
<b>Mesuji</b>	<b>0</b>	<b>113.822</b>	<b>87.195</b>	<b>144.304</b>	<b>129.791</b>
Tulang Bawang Barat	0	60.245	49.155	66.182	73.473
Pesisir Barat	0	0	0	0	72.506
Bandar Lampung	9.039	9.336	8.631	6.752	9.220
Metro	23.048	23.443	24.988	22.555	27.027
<b>Provinsi Lampung</b>	<b>2.487.314</b>	<b>2.623.873</b>	<b>2.752.869</b>	<b>2.908.600</b>	<b>3.042.419</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung (2015)

Tabel 2 menunjukkan bahwa produksi padi sawah di Provinsi Lampung setiap tahun selalu meningkat pada tahun 2013. Produksi padi sawah di Provinsi Lampung sebesar 3.042.419 ton. Data yang ditampilkan menunjukkan Kabupaten Mesui mengalami fukuasi dalam produksi padi sawah.

Peningkatan produksi padi dapat menjamin terpenuhinya kebutuhan pangan nasional dan merupakan salah satu upaya untuk menaikkan pendapatan atau kesejahteraan petani. Peningkatan produksi yang dicapai petani dalam kenyataannya belum membawa petani mencapai kesejahteraan karena harga padi yang rendah pada saat panen raya. Salah satu upaya meningkatkan pendapatan yaitu melalui penyimpanan komoditi, hal ini dimaksud untuk menunda penjualan pada saat panen raya hingga mendapatkan harga yang tinggi.



Peningkatan harga jual komoditi terjadi akibat mekanisme permintaan dan penawaran pasar, dimana pada jangka waktu tertentu setelah panen raya akan terjadi peningkatan permintaan dan pada musim paceklik banyak permintaan namun penawaran rendah sehingga harga padi cenderung tinggi. Pada fase tersebut harga jual akan meningkat dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani padi.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mendukung KTM melalui pendekatan agribisnis. Pendekatan agribisnis itu ialah suatu sistem yang utuh terdiri dari sub-sistem penyediaan sarana produksi dan peralatan pertanian; sub-sistem usahatani; sub-sistem pengolahan atau agroindustri, sub-sistem pemasaran, dan sub-sistem jasa layanan pendukung. Umumnya kelemahan dari pelaksanaan sistem agribisnis ini terletak pada lemahnya keterkaitan antar sub-sistem tersebut. Apa yang terjadi di lapangan adalah bahwa sub-sistem diperlukan dukungan sumberdaya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) agar pelaksanaan sistem agribisnis berjalan lancar dan keterkaitan antar subsistem bertambah kuat.

Penekanan pada SDA terletak pada bagaimana menerapkan sistem agribisnis yang memperhatikan aspek keberlanjutan. Penekanan pada sumber daya manusia (SDM) terletak pada bagaimana meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) diberbagai sektor kegiatan sistem agribisnis. Pendekatan agribisnis ini juga bertujuan untuk meningkatkan pendapatan produsen, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan perolehan devisa negara, dan meningkatkan nilai tambah di Kabupaten Mesuji.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui masalah diantaranya :

1. Bagaimana sistem pemasaran padi di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji?
2. Bagaimana Efisiensi pemasaran padi di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis sistem pemasaran padi di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji .
2. Menganalisis efisiensi pemasaran padi di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji .

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah, sebagai bahan rujukan untuk menentukan kebijakan terkait komoditas padi.
2. Bagi petani, sebagai informasi dalam menjalankan usahatani padi.
3. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian terkait dengan komoditas padi di Kabupaten Mesuji.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Kota Terpadu Mandiri (KTM)**

#### **1. Definisi, Tujuan Dasar, dan Konsep KTM**

Kota Terpadu Mandiri adalah Desa atau Kawasan yang tumbuh dan berkembang sebagai pusat koleksi, pengolahan hasil, distribusi dan jasa dari Wilayah Pengembangan Transmigran (WPT) yang didisain sebagai arahan pengembangan terstruktur dari unit-unit permukiman transmigrasi dan desa-desa sekitar dalam satu satuan jaringan infrastruktur dan satuan ekonomi wilayah. Tujuan pembangunan KTM adalah untuk meningkatkan kemudahan dalam memenuhi berbagai kebutuhan dasar yang memungkinkan terbukanya kesempatan pertumbuhan sosial – ekonomi daerah transmigran serta menciptakan sentra-sentra aktifitas bisnis yang menarik para investor sebagai upaya menumbuhkembangkan kegiatan ekonomi transmigran dan masyarakat sekitar.

Sasaran pembangunan Kota Terpadu Mandiri adalah tersedianya sarana sosial, ekonomi dan pemerintahan untuk melayani kebutuhan dasar/hidup para transmigran dan desa sekitar, prasarana dan sarana untuk mendukung kegiatan usaha para transmigran dan desa sekitar serta terbangunnya sentra-sentra kegiatan bisnis untuk menumbuhkan kegiatan ekonomi di daerah transmigrasi.

Penumbuhan KTM perlu melakukan pembangunan Wilayah Pengembangan Transmigran (WPT) yang dapat mendorong tumbuhnya suatu kota. Konsep pengembangan WPT terdiri atas sejumlah Satuan Kawasan Pengembangan (SKP) dan setiap SKP terdiri dari beberapa Satuan Permukiman (SP) atau Unit Permukiman Transmigrasi (UPT) atau desa (SP/UPT/Desa). Setiap SKP memiliki

pusat pengembangan kawasan yang disebut Desa Utama (Kota Orde III). Setiap SP/UPT/Desa memiliki pusat pelayanan permukiman disebut Pusat Desa.

## **2. Fungsi Hirarki Permukiman KTM**

Fungsi Desa sebagai tempat bermukim dan tempat melakukan budidaya pertanian dengan dominasi kegiatan usahanya berupa on-farm. Pusat Desanya dengan hirarki Kota Orde IV.

Lingkup Satuan Kawasan Pengembangan (SKP) berfungsi sebagai tempat kumpulan kegiatan usaha primer pertanian (komoditas unggulan) dari beberapa desa yang memenuhi skala ekonomis (*On Farm*) dan sebagai tempat kegiatan usaha pasca panen (*Off Farm*). Pusat SKP disebut Desa Utama dengan hirarki Kota Orde III sebagai penampung hasil pertanian dan pengolahan hasil pertanian dan UPT-UPT atau desa-desa yang terletak di daerah belakangnya.

Fungsi Kota Terpadu Mandiri (KTM) sebagai tempat bermukim, sebagai tempat kegiatan pertanian untuk memenuhi kebutuhan penduduk kota (*On Farm*) dan sebagai tempat kegiatan usaha pasca panen dan kegiatan jasa (*Off Farm*). Pusat WPT disebut Kota Terpadu Mandiri dengan hirarki Kota Orde II merupakan orde yang paling tinggi dalam lingkup WPT.

Pengembangan Usaha di wilayah transmigrasi dilakukan dengan pendekatan sistem agribisnis. yaitu pengembangan pertanian yang dilakukan secara terpadu, tidak saja dalam usaha budidaya (*on-farm*) tetapi juga meliputi usaha off-farm yaitu pembangunan agribisnis hulu (penyedia sarana pertanian), agribisnis hilir (pengolahan dan pemasaran hasil pertanian) dan jasa pendukungnya.

Pengembangan agribisnis tidak hanya bertumpu pada sektor pertanian, tetapi menyangkut kegiatan lintas sektoral, menyangkut keseluruhan tatanan makro pelaku agribisnis dengan demikian pengembangan usaha akan melibatkan masyarakat agribisnis tidak hanya di Kota Terpadu Mandiri saja, tetapi juga pengembangan usaha di wilayah belakangnya yaitu di tingkat SP/UPT/Desa dan tingkat SKP.

Pengembangan usaha yang dikembangkan di WPT dan KTM akan meliputi kegiatan terdiri atas:

- a. Sub-sistem pengadaan dan penyaluran sarana pertanian.
- b. Sub-sistem budidaya pertanian.
- c. Sub-sistem pengolahan dan pemasaran hasil.
- d. Sub-sistem sarana dan prasarana penunjang.

## **B. Pengertian Sistem Pemasaran**

Pengertian sistem menurut Jogiyanto (2001) adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu. Sistem merupakan seperangkat bagian-bagian yang dikoordinasikan untuk melaksanakan seperangkat tujuan.

Bentuk umum sistem dari suatu sistem terdiri atas masukan (input), proses dan keluaran (output), dalam bentuk umum sistem ini terdapat satu atau lebih masukan yang akan diproses dan akan menghasilkan suatu keluaran. Tujuan sistem merupakan tujuan dari sistem yang dibuat tersebut, tujuan sistem dapat berupa tujuan organisasi, kebutuhan organisasi, permasalahan yang ada dalam suatu organisasi maupun urutan prosedur untuk mencapai tujuan organisasi

Batasan sistem merupakan sesuatu yang membatasi sistem dalam mencapai tujuan sistem. Batasan sistem dapat berupa peraturan-peraturan yang ada dalam suatu organisasi, biaya-biaya yang dikeluarkan, orang-orang yang ada dalam suatu organisasi, fasilitas baik itu sarana dan prasarana maupun batasan yang lain. Kontrol atau pengawasan sistem merupakan pengawasan terhadap pelaksanaan pencapaian tujuan dari sistem tersebut. Kontrol sistem dapat berupa kontrol terdapat masukan data (input), kontrol terhadap keluaran data (output), kontrol terhadap pengolahan data, kontrol terhadap umpan balik dan sebagainya. Proses merupakan elemen dari sistem yang bertugas untuk mengolah atau memproses seluruh masukan data menjadi suatu informasi yang lebih berguna. Misalnya sistem produksi akan mengolah bahan baku yang berupa bahan mentah menjadi bahan jadi yang siap untuk digunakan.



### **C. Padi**

Padi merupakan tanaman pangan berupa rumput berumpun. Tanaman pertanian kuno ini berasal dari dua benua, yaitu Asia dan Afrika Barat tropis dan subtropis. Tanaman padi (*Oryza sativa L.*) termasuk golongan tumbuhan Gramineae yang ditandai dengan batang yang tersusun dari beberapa ruas. Tanaman padi terdiri dari ribuan varietas yang masing – masing memiliki karakteristik sama dan terbagi menjadi dua golongan, yaitu golongan Indica dan golongan Japonica. Golongan tanaman padi yang terdapat di Indonesia merupakan padi golongan Indica.

Tanaman padi dapat hidup dengan baik di daerah yang berhawa panas dan banyak mengandung uap air. Dengan kata lain padi dapat hidup baik di daerah beriklim panas yang lembab. Pulau Jawa, seperti Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur merupakan sentra produksi padi. Selain itu, daerah sentra produksi padi lainnya adalah Kalimantan Selatan, Nusa Tenggara Barat dan Sulawesi Selatan (Purwono dan Purnawati, 2007). Tanaman padi yang dipanen akan menghasilkan Gabah Kering Panen (GKP) dengan kadar air antara 18 hingga 25 persen, yang setelah dikeringkan atau dijemur hingga kadar air berkurang sampai pada batas maksimal 14 persen dan menjadi Gabah Kering Giling (GKG).

### **D. Konsep Pemasaran**

#### **1. Pengertian Persediaan**

Menurut Handoko (2002), persediaan didefinisikan sebagai barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada periode mendatang. Persediaan dapat berbentuk bahan baku yang disimpan untuk diproses, komponen yang diproses, barang dalam proses pada proses manufaktur, dan barang jadi yang disimpan untuk dijual. Persediaan memegang peran penting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Menurut Ma'arif dan Tanjung (2003), persediaan adalah suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam satu periode usaha yang normal atau barang-barang yang masih dalam proses produksi

ataupun persediaan bahan baku yang masih menunggu untuk digunakan dalam suatu proses produksi.

Dari definisi di atas, dapat dikatakan bahwa persediaan itu merupakan aktiva suatu perusahaan, apakah dalam bentuk mentah (bahan baku), atau dalam bentuk sedang diproses, atau dalam bentuk barang jadi. Oleh karena itu, dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa ada tiga jenis persediaan yang berlaku umum di perusahaan, yaitu:

- a. Persediaan bahan mentah/baku (*raw material, direct material* dan *indirect material*) yang akan dibahas detail dalam bab ini.
- b. Persediaan dalam proses (*work in process*).
- c. Persediaan bahan baku (*finished good*).

Manurut Reksohardiprodjo (2003), persediaan adalah sumberdaya penting sehingga pada suatu saat persediaan mencapai 40 persen dari aktiva dan biaya-biaya meningkat. Pengawasan persediaan dapat mengurangi biaya dan sekaligus memenuhi kebutuhan langganan. Pengawasan persediaan berfungsi:

- a. Sebagai penyangga proses produksi sehingga proses dapat berjalan terus.
- b. Menetapkan banyaknya yang harus disimpan sebagai sumberdaya agar tetap ada.
- c. Sebagai pengurang inflasi.
- d. Menghindari kekurangan atau kelebihan bahan.

Istilah persediaan (*inventory*) adalah suatu istilah umum yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya-sumber daya organisasi yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan. Permintaan akan sumber daya mungkin internal ataupun eksternal, ini meliputi persediaan bahan mentah, barang dalam proses, barang jadi atau produk akhir, bahan-bahan pembantu atau perlengkapan dan komponen-komponen lain yang menjadi bagian keseluruhan produk perusahaan. Jenis persediaan ini sering juga disebut istilah persediaan keluaran produk dimana semua mengidentifikasi secara cepat.

### **E. Definisi Pemasaran**

Definisi Pemasaran menurut William (2002) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut Kottler (1997), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan hasil produksi yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Swastha (2000), pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan menyalurkan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Hasyim (1996) menyatakan bahwa pemasaran yaitu semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir dengan cara paling efisien dengan tujuan menciptakan permintaan yang efektif. Permintaan efektif adalah keinginan untuk membeli yang berhubungan dengan kemampuan untuk dapat membayar atau dengan kata lain jumlah yang diminta sesuai dengan harga normal.

### **F. Efisiensi Pemasaran**

Menurut Mubyarto (1989), efisiensi merupakan suatu usaha menghasilkan output dengan menggunakan input minimal atau menggunakan input tertentu untuk mendapatkan output yang maksimal. Suatu usaha pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah mungkin.

Pengukuran efisiensi pemasaran menurut Hasyim (2012) dapat dilakukan melalui organisasi pasar yang secara umum dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu:

1. Struktur pasar (Market Structure)  
Merupakan karakteristik organisasi dari suatu pasar, yang untuk prakteknya, adalah karakteristik yang menentukan hubungan antara para pembeli dan para penjual satu dengan penjual yang lain dan hubungan antara penjual di pasar dengan para penjual potensial yang akan masuk kedalam pasar. Unsur-unsurnya adalah tingkat konsentrasi, diferensiasi produk dan rintangan masuk pasar.
2. Perilaku pasar (Market Conduct)  
Merupakan pola tingkah laku dari lembaga tataniaga dalam hubungannya dengan sistem pembentukan harga dan praktek transaksi, melakukan pembelian dan penjualan secara horizontal maupun vertikal, dan seragamnya biaya tataniaga. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer berupa biaya angkut, biaya bongkar muat, dan biaya penyusutan (Prayitno, 2011)
3. Keragaan pasar (Market Performance)  
Keragaan pasar yaitu sampai sejauh mana pengaruh riil struktur dan perilaku pasar yang berkenaan dengan harga, biaya dan volume produksi, kemajuan teknologi dan efisiensi penggunaan sumber.

Penerapan yang layak dari kriteria di atas akan membantu mengarahkan sistem tataniaga di negara-negara berkembang menuju tujuan:

1. Efisiensi yang lebih tinggi dari penggunaan sumber
2. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja
3. Pembangunan dan pertumbuhan sektor jasa tataniaga
4. Meminimalisi produk yang hilang
5. Mendidik konsumen dalam hal harga dan kualitas
6. Meningkatkan intensitas persaingan sampai memberikan konsekuensi yang diinginkan.

Analisis struktur pasar akan lebih informatif bila disertai oleh analisis keterkaitan pasar, dimana keterkaitan antara dua pasar atau lebih yang tingkatnya berbeda dapat dicerminkan oleh hubungan harga antara pasar tersebut. Hal ini dapat diketahui melalui pengukuran analisis koefisien korelasi harga dan elastisitas tranmisi harga.

Analisis koefisien korelasi harga adalah suatu analisis yang menggambarkan seberapa jauh perkembangan harga suatu barang pada dua tempat yang sama atau berlainan yang saling berhubungan melalui perdagangan. Kedua tempat tersebut bisa saja antar wilayah dalam negara atau antar negara. Elastisitas transmisi harga adalah analisis yang menggambarkan sejauhmana dampak perubahan harga suatu barang di suatu tempat terhadap harga barang itu ditempat lain (Hasyim, 2012)

Menurut Mubyarto (1989), sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat, yaitu:

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke tangan konsumen dengan biaya serendah-rendahnya
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang telah ikut serta di dalam kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran komoditas tersebut.

Pengertian adil disini adalah perbandingan antara pengorbanan yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh setiap komponen pemasaran berada dalam keseimbangan.

### **G. Pengeambilan Keputusan Pasar**

Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh manajer pemasaran akan selalu berada dalam suatu lingkungan yang kompleks dan penuh dengan ketidak pastian.

Keputusan yang diambil terutama menyangkut masalah:

1. Penetapan harga
2. Produk
3. Distribusi
4. Promosi

Pengambilan keputusan tersebut tidak terlepas dari pengaruh faktor-faktor lingkungan ekstern seperti: demografi, kondisi perekonomian, kebudayaan, persaingan dan sebagainya, semua ini berada di luar pengawasan manajer. Keputusan-keputusan yang rasional menghendaki adanya proses keputusan yang selaras dan logis. Metode analisa tradisional dapat membantu

sebagai pendekatannya. Metode analisa tradisional menurut Moerdiyanto (2009) terdiri atas lima tahap, yaitu :

1. Mendefinisikan masalah  
Manajer yang baik harus mempunyai kemampuan untuk mengidentifikasi masalah dan kesempatan lebih awal. Agar analisa yang dilakukan dapat lebih efektif maka manajer harus memiliki arah yang benar.
2. Merumuskan berbagai alternative  
Manajer harus menentukan berbagai alternatif penyelesaian terhadap masalah yang dihadapi. Salah satu alternatif yang hampir selalu ada yaitu tidak melakukan apa-apa. Ini merupakan alternatif yang sulit diukur atau dibandingkan dengan alternatif lainnya.
3. Menganalisa alternatif  
Faktor-faktor yang diperlukan untuk menilai alternatif harus dikumpulkan dan diatur rapi. Beberapa faktor mungkin tidak dapat diperoleh dan faktor lainnya mungkin akan tidak berguna karena terlalu mahal. Dengan suatu analisa manajer diarahkan untuk mengambil kesimpulan yang disertai dengan pernyataan untuk menentukan kebaikan maupun keburukannya.
4. Mengusulkan suatu penyelesaian  
Setelah melampaui tahapan tadi maka manajer dapat menyarankan suatu penyelesaian yang logis.
5. Menyarankan rencana tindakan  
Pada waktu mengambil keputusan, suatu rencana tindakan untuk melaksanakan keputusan tersebut harus ditentukan.

Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan untuk mengambil keputusan secara efektif tentang produk. Faktor-faktor tersebut merupakan bagian atau elemen yang ada dalam sebuah model untuk mengambil keputusan tentang produk. Elemen yang dimaksud adalah: (Kotler, 2009).

1. Analisis pasar ( jadi no 1 lg)  
Pengambilan keputusan tentang produk diawali dengan menganalisis pasarnya. Analisis pasar ini membuka kesempatan untuk memperkenalkan produk baru yang menguntungkan.

## 2. Memonitor lingkungan

Dengan sumber-sumber yang terbatas dan terpengaruh oleh faktor-faktor lingkungan, perusahaan harus berusaha memanfaatkan secara penuh kesempatan yang ada. Faktor-faktor lingkungan yang dimaksud adalah faktor lingkungan ekstern seperti: Demografi, kondisi perekonomian, sosial dan kebudayaan, politik dan hukum, teknologi dan persaingan.

## 3. Menentukan tujuan produk

Tahap ini berupa menentukan tujuan khusus setiap penawaran. Umumnya tujuan ini dikaitkan dengan masalah-masalah seperti:

- a. Pengembangan investasi
- b. Laba
- c. *Market share* atau volume penjualan.
- d. Menentukan *marketing mix*

## 4. Penerapan keputusan-keputusan *marketing mix*

Keputusan tersebut dapat dilaksanakan dengan menentukan: apa, siapa, mengapa, bagaimana, kapan, di mana.

## 5. Mengadakan Prosedur Pengawasan

Sistem pengawasan perlu diadakan dalam manajemen produk dan merupakan tahap terakhir. Tahap tersebut adalah:

- a. Memilih kriteria pengawasan
- b. Pengukuran kriteria
- c. Penentuan standard kerja
- d. Memonitor kejadian
- e. Membandingkan hasil dengan standard

## H. Peranan Pasar

Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial sehingga konsumen dapat memperoleh kebutuhan atau keinginan mereka melalui permintaan, penawaran, dan penukaran nilai suatu produk antara penjual dan pembeli (Tjiptono, 2008).

1. Kebutuhan : segala kebutuhan dasar manusia baik intuk minum, makan, pakaian, pendidikan dan lainnya.

2. Keinginan : Merupakan kondisi lebih khusus dari kebutuhan, misalnya minuman ringan, makanan bergizi, pendidikan tinggi, atau lainnya.
3. Permintaan : akumulasi kebutuhan/keinginan yang potensial untuk digarap, misalnya, makanan, perumahan, pendidikan dan lainnya.

Beberapa istilah yang penting dalam konteks pemasaran adalah :

1. Produk (barang, jasa, ide)  
Segala hasil kerja manusia yang dapat ditawarkan kepada manusia lainnya baik berupa barang, jasa atau ide.
2. Nilai  
Perkiraan konsumen atas suatu produk untuk kepuasan mereka, apa yang dirasakan/diinginkan.
3. Biaya  
Harga yang harus dibayar konsumen atas produk yang dikonsumsi.
4. Kepuasan  
Seberapa puas konsumen atas produk yang mereka konsumsi (kesesuaian antara harapan dan kenyataan).
5. Pasar  
Tempat yang berisi semua pelanggan potensial yang berniat untuk transaksi terhadap suatu produk.

## **I. Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Penulis harus mempelajari penelitian sejenis di masa lalu untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu ini menjadi suatu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi dalam penentuan metode analisis data penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kepada penulis tentang penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini berkaitan dengan system sistem pemasaran. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan system pemasaran begitu banyak sehingga penelitian terdahulu bisa menjadi referensi penelitian yang penulis kerjakan. Penelitian terdahulu terdapat ada Tabel 3.



Tabel 3. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Kesimpulan Penelitian
1.	Rantai Distribusi Kopi Dalam Peningkatan Kesejahteraan Petani Kopi Di Kabupaten Dairi, Tahun 2014	Sriulina Shinta Lingga	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, analisis deskriptif.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rantai distribusi kopi arabika lebih panjang dan bervariasi dibanding kopi robusta di Kabupaten Dairi. Kopi arabika didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan global sedangkan kopi robusta didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan lokal. Pelaku usaha yang terlibat dalam distribusi kopi arabika adalah petani, pengumpul kecamatan, pengumpul kabupaten, pedagang besar (toke), pabrik (PT. Wahana), dan eksportir. Pelaku usaha yang terlibat dalam distribusi kopi robusta adalah petani, pengumpul kecamatan, pengumpul kabupaten, industri kopi bubuk, dan konsumen.</li> <li>2. Kesejahteraan petani kopi arabika lebih tinggi dibanding kesejahteraan petani kopi robusta. Petani arabika yang berada pada rantai distribusi pendek terdiri dari 91,67 persen tidak miskin dan 8,33 persen miskin, sedangkan petani arabika yang berada pada rantai distribusi panjang terdiri dari 76 persen tidak miskin dan 24 persen miskin. Petani robusta yang berada pada rantai distribusi pendek terdiri dari 50 persen tidak miskin dan 50 persen miskin, sedangkan petani robusta yang berada pada rantai distribusi panjang terdiri dari 37,5 persen tidak miskin dan 62,5 persen miskin. Persentase kemiskinan petani lebih tinggi pada rantai distribusi kopi panjang.</li> </ol>
2.	Analisis Finansial Dan Sensitivitas Agroindustri Emping Melinjo Skala Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm)	Fitria M, Irfan	Penelitian menggunakan metode survei dan pengamatan langsung dilapangan. Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. agroindustri emping melinjo tidak mengeluarkan biaya operasional karena pembelian langsung diambil oleh pedagang.</li> </ol>

Tabel 3. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Kesimpulan Penelitian
3.	Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung (ZeaMays L.) Di Desa Segunung Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto, Tahun 2011	Sujarwo	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, analisis deskriptif, kuantitatif dan kualitatif.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Total margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 1.150,00/kg, dan pada saluran pemasaran II sebesar Rp 1.395,00/kg. Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa semakin panjang saluran pemasaran maka margin pemasaran semakin besar.</li> <li>2. Share paling tinggi yang diterima petani ada pada saluran pemasaran I sebesar 59,65%. Sedangkan share paling rendah yang diterima petani terdapat pada saluran pemasaran II, yakni sebesar 56,34%. Makin tinggi perbedaan harga petani dan konsumen menyebabkan share yang diterima petani semakin kecil. Rendahnya share yang diterima petani menunjukkan bahwa petani tidak cukup terlibat dalam proses pembentukan harga.</li> <li>3. Melalui pendekatan analisis efisiensi harga didapatkan hasil bahwa fungsi transportasi dan fungsi prosesing yang dilakukan oleh lembaga pemasaran cenderung sudah efisien karena selisih harga yang didapat lebih besar dari rata-rata biaya yang dikeluarkan untuk melakukan fungsi transportasi dan fungsi prosesing.</li> <li>4. Melalui pendekatan analisis efisiensi operasional, ada kecenderungan fungsi transportasi yang dilakukan tengkulak pada saluran pemasaran I dan II belum efisien dimana persentase kapasitas rata-rata angkut kurang dari 100%. Hal tersebut disebabkan lembaga pemasaran yang terkait tidak mengangkut jagung sesuai kapasitas yang dapat diangkut oleh alat transportasi. Sedangkan pada lembaga pemasaran lainnya, yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar pada saluran pemasaran I dan II, ada kecenderungan efisiensi operasional berdasarkan fungsi transportasi sudah efisien, karena persentase rata-rata angkut mencapai 100%.</li> </ol>

Tabel 3. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Kesimpulan Penelitian
4.	Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Gula Merah Skala Rumah Tangga (Studi Kasus : Desa Pasiripis Kecamatan Surade Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat)	H. Supardi, A. Yusdiarti, dan A. Arsyad (2016)	Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif dengan menjabarkan secara deskriptif terkait keragaan tataniaga. Analisis kuantitatif mengikut sertakan beberapa metode perhitungan analisis pendapatan usahatani, analisis farmer's share dan marjin tataniaga.	1. Agroindustri gula merah disini tidak mengeluarkan biaya pemasaran, dikarenakan pedagang pengumpul langsung mengambil gula merah yang sudah dikemas oleh perajin di tempat pengolahan gula. Terdapat 3 saluran pemasaran, Marjin yang diperoleh perajin sebesar Rp. 1.656 per kg gula merah, pelaku pedagang pengumpul mengambil marjin lebih tinggi dari hasil penjualan kepada Perusahaan besar sebesar Rp. 2.570/kg gula merah.
5.	Efisiensi Pemasaran Kopi (Coffea Sp) Di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal Semarang Tahun 2009	Joko Tri Sujiwo	Dalam melakukan penelitian penulis analisis deskriptif yang menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis.	1. a. Saluran/rantai pemasaran kopi yang ada di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, ada 2. macam saluran. Saluran pertama yaitu petani kopi, pedagang besar, eskportir. Saluran kedua terdiri dari: petani kopi, pedagang kecil, pedagang besar, eksportir. Dari penelitian banyak responden petani kopi yang melalui saluran pemasaran kedua, yaitu sebanyak 39 responden petani kopi atau 65 persennya, menjual ke pedagang kecil (sebanyak 6 responden pedagang kecil). Sedangkan responden pedagang besar yang melalui saluran pemasaran pertama sebanyak 1orang atau 66,67 persen. b. Dari hasil analisis perhitungan biaya pemasaran, harga jual, harga beli serta keuntungan masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat, maka pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal sudah efisien. c). Besarnya margin pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal adalah sebesar Rp. 5.120 per kilogram kopi. Hasil ini diperoleh dari perhitungan

Tabel 3. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Kesimpulan Penelitian
				<p>antara harga di tingkat petani kopi dan harga di tingkat eksportir. Dan keuntungan terbesar diperoleh oleh lembaga pemasaran pedagang kecil kopi, yaitu sebesar Rp. 2.445 per kilogram kopi, sedangkan keuntungan terkecil diperoleh oleh lembaga pemasaran pedagang besar kopi yaitu sebesar Rp. 571,67 per kilogram kopi.</p> <p>2. Tingkat penjualan kopi oleh petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal cukup tinggi. Rata-rata tingkat penjualan kopi mencapai 712,72 kilogram kopi atau sebesar 97,49 persen dari seluruh hasil produksi.</p> <p>3. Langkah-langkah yang ditempuh petani kopi Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal yaitu memotong rantai pemasaran. Dengan cara menggabungkan kelompok tani dan membentuk suatu badan usaha pemasaran yang disebut GAPOKTAN. Terlalu panjangnya rantai/saluran pemasaran menyebabkan pendapatan an keuntungan yang diterima petani kopi masih rendah.</p>
6.	Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis Di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus	Muhammad Fajar Ali, Suriaty Situmorang, Ktut Murniati (2017)	Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Penentuan sampel dilakukan dengan sampling insidental, yang merupakan teknik penentuan sampel petani secara kebetulan, yaitu petani yang secara kebetulan (insidental) bertemu dengan peneliti. Menghitung PS, marjin pemasaran, RPM, ET	<p>1. Terdapat 12 saluran pemasaran, RPM tidak menyebar secara merata, nilai Et lebih dari 1 sehingga pasar yang dihadapi pelaku adalah pasar bersaing tidak sempurna.</p>

Tabel 3. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Kesimpulan Penelitian
7.	Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung	Prayitno	Dalam melakukan penelitian penulis analisis deskriptif yang menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis.	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran cabai merah di Kabupaten Pringsewu efisien. Hal ini terlihat dari pangsa produsen lebih besar dari 70% ( $PS > 70\%$ ), meskipun struktur pasar cabai merah di Kabupaten Pringsewu adalah pasar tidak bersaing sempurna (oligopsoni), keragaan pasar cabai merah di Kabupaten Pringsewu menunjukkan ada tiga saluran pemasaran, dengan penyebaran marjin dan rasio profit margin yang tidak merata antar lembaga pemasaran, korelasi harga relatif sedang ( $r = 0,728$ ), dan nilai elastisitas transmisi harga lebih besar dari satu ( $Et > 1$ ).
8.	Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu di Provinsi Lampung	Anggraini,	Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Penentuan sampel dilakukan dengan sampling insidental, yang merupakan teknik penentuan sampel petani secara kebetulan, yaitu petani yang secara kebetulan	1. Hasil penelitian bahwa sistem pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung sudah efisien, dilihat dari pangsa produsen (PS) yang lebih dari 80%, walaupun: (1) Struktur pasar yang terbentuk adalah pasar yang hampir mendekati pasar bersaing sempurna, yaitu pasar persaingan oligopsonistik. (2) Perilaku pasar : petani produsen ubi kayu tidak menghadapi kesulitan dalam memasarkan hasil panennya, sistem pembayaran dominan dilakukan secara tunai, dan harga dominan ditentukan oleh pihak pabrik/pembeli. (3) Keragaan pasar meliputi : (a) Saluran pemasaran ubi kayu yang terdapat di lokasi penelitian terdiri dari 2, yaitu : (1) Petani → Pabrik Tapioka (2) Petani → Pengumpul → Pabrik Tapioka. (b) Marjin pemasaran dan RPM relatif kecil sebesar 13,32% terhadap harga konsumen akhir dan RPM sebesar 0,39, yang mengindikasikan sistem pemasaran ubi kayu relatif efisien. (c) Koefisien korelasi harga ubi kayu adalah 0,995, yang berarti ada hubungan yang sangat erat antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir. (d) Elastisitas transmisi harga yang diperoleh adalah 0,911, yang menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah pasar persaingan oligopsonistik dan sistem pemasaran yang terjadi tidak efisien.

## **J. Kerangka Pemikiran**

Tanaman padi yang merupakan bahan pangan penghasil karbohidrat yang dikonsumsi hampir seluruh penduduk Indonesia (96.87 % penduduk) dan merupakan penyumbang 90 persen kebutuhan kalori. Perkembangan tanaman padi di Provinsi Lampung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun peningkatan ini dinilai belum maksimal karena sebenarnya produktivitas padi masih jauh di bawah potensinya.

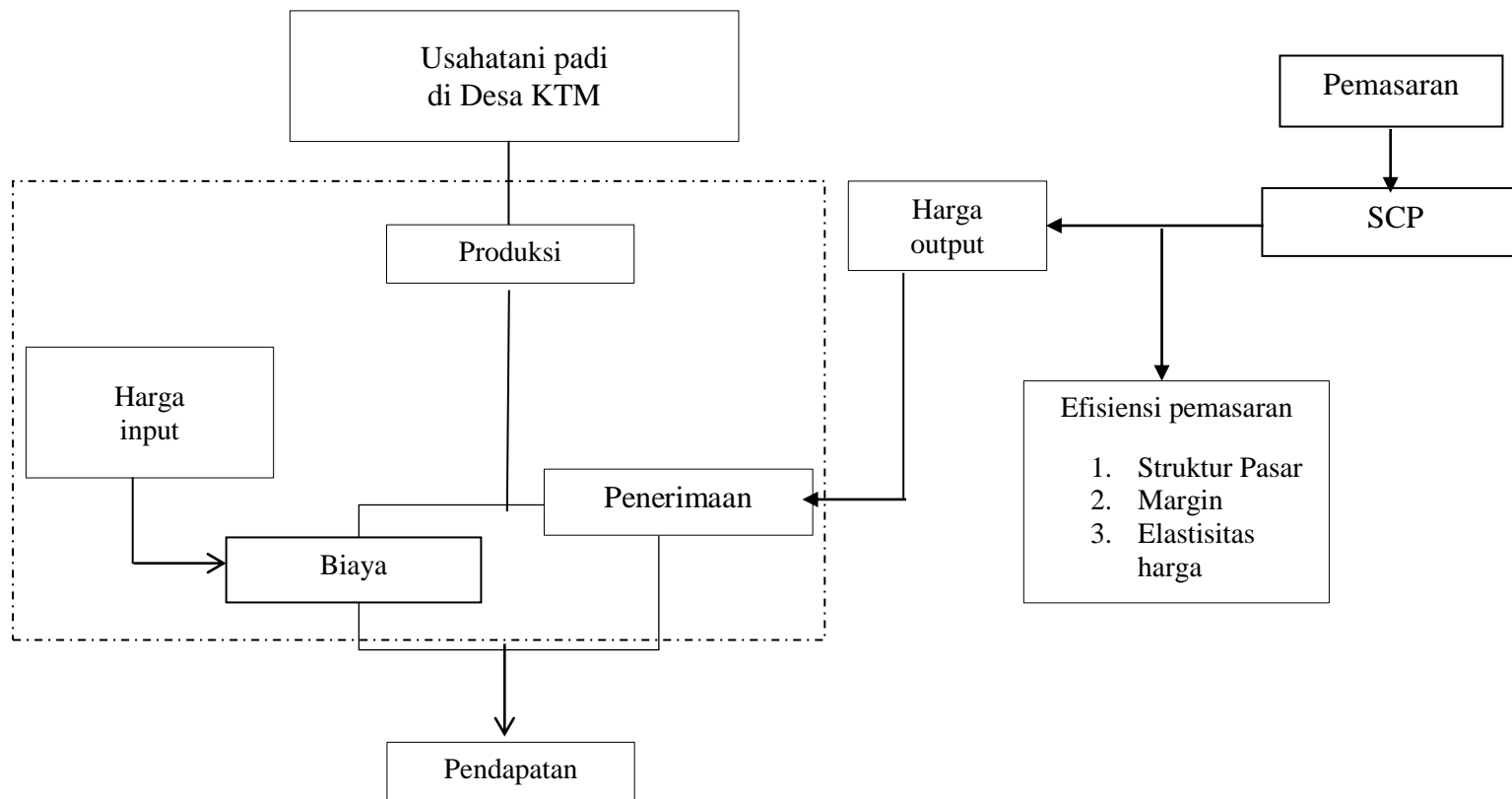
Petani menjadikan hal ini sebagai mata pencaharian agar dapat memperoleh pendapatan dengan membudidayakan tanaman ini sehingga petani bisa memenuhi kebutuhan hidup mereka melalui usahatani padi. Usahatani merupakan suatu proses yang di dalamnya terdapat sarana produksi pendukung yang memiliki nilai atau harga input yang harus dikeluarkan oleh petani untuk mendukung usahatani agar bisa berjalan sehingga hasilnya bisa memuaskan. Dalam hal ini harga input merupakan biaya dikeluarkan petani.

Padi yang dihasilkan merupakan hasil produksi yang akan dijual oleh petani kepada pedagang pengumpul atau lembaga pemasaran lainnya. Padi yang dijual oleh petani tentu memiliki nilai atau harga output yang nantinya akan diterima oleh petani. Dalam hal ini harga output merupakan penerimaan yang diterima oleh petani. Pendapatan bersih suatu usahatani diperoleh dari selisih antara penerimaan dan biaya produksi. Penerimaan diperoleh dari output atau total produksi yang dihasilkan dikali dengan harga jual produksi tersebut.

Harga menjadi indikator efisien atau tidaknya produk dalam sistem pemasaran di suatu daerah. Petani harus memperhatikan harga yang akan ditetapkan untuk produk yang akan di pasarkan. Fluktuasi harga yang sering terjadi di pasar menjadi salah satu masalah yang dapat merugikan posisi sebagai petani. Petani harus bisa melihat kondisi pasar untuk menetapkan harga padi, harga yang terlalu tinggi dapat mempersulit produk untuk dijual dan harga yang terlalu rendah dapat mengakibatkan kerugian pada petani.

Terbentuknya saluran pemasaran yang baik dan efisien tidak terlepas dari adanya peranan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat di proses pemasaran tersebut. Setiap lembaga pemasaran yang terlibat tentu memiliki fungsi yang berbeda-beda, begitu juga dengan keuntungan yang didapatkan di setiap lembaga pemasaran tentu berbeda.

Pemasaran yang baik adalah kegiatan pemasaran yang efisien dimana semua pihak merasa diuntungkan dengan adanya kegiatan pemasaran tersebut. Suatu kegiatan pemasaran dapat dikatakan efisien atau tidak dapat ditentukan atau diukur dengan efisiensi pemasaran. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat digambarkan skema usahatani dan pemasaran padi di Kota Terpadu Mandiri (KTM) dapat dilihat pada kerangka pemikiran sistem pemasaran padi pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Sistem Pemasaran Padi di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji Provinsi Lampung

Keterangan :

- ..... = tidak dianalisis
- \_\_\_ = dianalisis



### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional**

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pengertian petunjuk dan variable yang akan di teliti untuk memperoleh data dan analisis data yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Definisi oprasional dibuat untuk menghindari kesalah pahaman mengenai pengertian tentang istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Berikut adalah definisi oprasional penelitian analisis sistem pemasaran komoditas padi di wilayah Kota Terpadu Mandiri (KTM) kecamatan Mesuji Timur, Kabupaten Mesuji, Provinsi Lampung.

Produsen adalah petani penghasil padi yang menjual hasil produksinya pada lembaga pemasaran yang ada di kecamatan Mesuji Timur, Kabupaten Mesuji, Provinsi Lampung.

Produksi padi adalah jumlah hasil panen tanaman padi dari luasan padi yang dimiliki petani dalam satu kali panen, diukur dalam satuan kilogram (kg).

Harga padi adalah harga yang diterima petani dalam kegiatan menjual hasil tanaman padi yang telah dipanen dalam satu kali panen, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/ Kg).

Penerimaan adalah sejumlah uang yang diterima petani padi dari hasil penjualan hasil panen padi baik berupa gabah kering maupun basah serta beras diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pasar adalah daerah atau tempat yang di dalamnya terdapat permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga.

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus penyampaian komoditas dari produsen ke konsumen dengan cara yang paling efisien.

Saluran pemasaran adalah seluruh saluran pemasaran atau bagian dari pemasaran yang terdiri dari lembaga-lembaga pemasaran yang dalam penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran dalam kegiatan pemasaran yang dimulai dari lembaga pemasaran paling awal hingga lembaga pemasaran terakhir yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Profit marjin adalah marjin keuntungan lembaga pemasaran yang dihitung dengan cara mengurangi nilai marjin pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan dan diukur dengan satuan rupiah (Rp).

Rasio marjin keuntungan adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan pada kegiatan pemasaran.

Tengkulak adalah suatu lembaga pemasaran yang aktif membeli dan mengumpulkan gabah maupun beras dari petani yang menjual kepada lembaga pemasaran yang lain maupun konsumen akhir.

Pedagang besar adalah lembaga pemasaran yang membeli padi atau beras dalam skala besar baik melalui tengkulak maupun langsung dari petani.

Pedagang pengecer adalah salah satu lembaga pemasaran yang membeli padi maupun beras dari pedagang besar.

Konsumen akhir adalah konsumen yang membeli beras atau padi yang kemudian untuk memenuhi kebutuhan konsumsi pribadi.

Harga di tingkat produsen adalah harga gabah atau beras yang diterima petani pada saat transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Harga tingkat konsumen adalah harga gabah atau beras yang dibayarkan konsumen akhir pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Volume jual adalah gabah atau beras yang dijual pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan kilogram (Kg).

Volume beli adalah jumlah gabah atau beras yang dibeli oleh lembaga perantara pemasaran dan konsumen akhir, diukur dalam satuan kilogram (kg).

## **B. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian**

Penelitian berkaitan dengan analisis pasca panen dan nilai tambah penggilingan padi akan dilaksanakan di tiga desa yang terletak di Kecamatan Mesuji Timur. Ketiga desa tersebut adalah Desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur, dan Pangkal Mas Mulya Kecamatan Mesuji Timur, Kabupaten Mesuji. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan tingkat produktifitas padi di Kecamatan Mesuji Timur.

Desa Pangkal Mas Mulya, Desa Tanjung Mas Mulya, dan Tanjung Mas Makmur dipilih sebagai lokasi penelitian karena ketiga desa ini secara berturut-turut merupakan desa yang memiliki produktivitas padi tertinggi, sedang dan terendah dari 20 desa yang ada di Kecamatan Mesuji Timur. Populasi petani di ketiga desa ini sebanyak 580 petani. Pertimbangan lain yang mendasari pemilihan lokasi ini adalah Kecamatan Mesuji Timur merupakan pusat perkembangan program Kota Terpadu Mandiri di Kabupaten Mesuji.

Pemilihan Kabupaten Mesuji sebagai lokasi penelitian juga tak lepas dari keadaan Kabupaten Mesuji sendiri sebagai Kota Terpadu Mandiri yang menjadi pusat

pengembangan komoditas padi. Kabupaten Mesuji juga merupakan salah satu dari Kota Terpadu Mandiri yang ditunjuk sebagai KTM percontohan yang ada di Indonesia. Tiap-tiap Kota Terpadu Mandiri memiliki komoditas unggulan masing-masing yang harus dikembangkan untuk merealisasikan tujuan program KTM yaitu untuk mencapai percepatan pembangunan, sebagai contoh KTM di Kabupaten Tulang Bawang mengembangkan karet sebagai komoditas utama. Penelitian ini akan dilaksanakan pada Bulan Juni sampai Juli 2019.

Responden yang menjadi bahan penelitian untuk menghitung biaya pasca panen ini adalah petani yang membudidayakan tanaman padi pada Desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur, dan Pangkal Mas Mulya, selain itu juga untuk menghitung nilai tambah penggilingan padi, maka diperlukan responden dari agroindustri yang ada di Kecamatan Mesuji Timur. Agroindustri yang dipilih sebagai obyek penelitian didasarkan kepada responden dari para petani yang menyatakan di mana mereka melakukan penggilingan padi.

Metode pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan menggunakan metode *simple random sampling* dengan pertimbangan petani di lokasi penelitian heterogen dalam hal penguasaan lahan dan penggunaan faktor produksi. Penentuan jumlah sampel ditentukan secara proporsional menurut pendapat Slovin dalam Sugiarto (2003) dengan menggunakan rumus adalah.

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2 S^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- S<sup>2</sup> = Variasi sampel (5% = 0,05)
- Z = Tingkat kepercayaan (95% = 1,96)
- D = Derajat penyimpangan (5% = 0,05)

Berdasarkan rumus pada persamaan 3.1, maka dengan jumlah populasi sebesar 580 petani, didapatkan jumlah sampel sebagai berikut.

$$\begin{aligned} n &= \frac{580 \times (1,96)^2 \times (0,05)}{580 (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,05)} \\ &= \frac{111,35}{1,64} \\ &= 68 \text{ Petani} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang merujuk kepada Sugiarto tersebut, maka total sampel pada penelitian ini berjumlah 68 petani dari total keseluruhan populasi sebanyak 580 petani di Desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur, dan Pangkal Mas Mulya, Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji.

Berdasarkan jumlah perhitungan jumlah sampel, responden dari ketiga desa harus ditentukan proporsinya terlebih dahulu untuk menentukan jumlah responden dari masing-masing desa. Pembagian proporsi sampel tiap desa ini dilakukan untuk mengukur tingkat keseimbangan dari obyek penelitian. Perhitungan jumlah sampel untuk masing-masing desa di daerah penelitian dihitung menggunakan rumus Nazir (2011) sebagai berikut.

$$n_a = \frac{N_a}{N_{ab}} \times n_{ab} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

- $n_a$  = Jumlah sampel desa A
- $n_{ab}$  = Jumlah sampel keseluruhan
- $N_b$  = Jumlah populasi desa A
- $N_{ab}$  = Jumlah populasi keseluruhan

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat ditentukan jumlah sampel petani yang untuk pengambilan data pada setiap desa yang menjadi lokasi penelitian sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Desa Tanjung Mas Mulya} &= \frac{315}{580} \times 68 = 37 \text{ petani} \\ \text{a) Desa Pangkal Mas Mulya} &= \frac{185}{580} \times 68 = 22 \text{ petani} \\ \text{b) Desa Tanjung Mas Makmur} &= \frac{80}{580} \times 68 = 9 \text{ petani} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan proporsi sampel pada persamaan 3.2 dapat diketahui jumlah sampel pada tiap-tiap desa yaitu untuk Desa Tanjung Mas Mulya sebanyak 37 responden, Desa Pangkal Mas Mulya sebanyak 22 responden, dan Desa Tanjung Mas Makmur sebanyak 9 responden. Jumlah ini masih akan ditambah dengan responden dari pengusaha agroindustri yang terdapat pada masing-masing desa.

### **C. Teknik Pengumpulan data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

#### **1. Data Primer**

Data primer pada penelitian ini merupakan data utama yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke Desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur, dan Pangkal Mas Mulya dengan melakukan wawancara menggunakan kuisisioner kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Data yang diambil dari petani bertujuan untuk menjawab analisa tentang biaya-biaya dan penanganan pasca panen yang dilaksanakan oleh para petani di Desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur, dan Pangkal Mas Mulya, sedangkan untuk menjawab tujuan kedua tentang analisa nilai tambah penggilingan padi, responden yang digunakan adalah para pelaku usaha di bidang penggilingan padi.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder berupa informasi tambahan yang bertujuan untuk memperkuat data pokok. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari jurnal, publikasi, lembaga riset atau instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Mesuji dan lembaga yang berhubungan dengan pertanian padi dan lembaga lain yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dalam skripsi ini.

## **D. Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Berikut merupakan metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan dalam penelitian, yaitu:

### **1. Analisis Pengolahan Data**

Metode pengolahan data dilakukan dengan analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis saluran tataniaga, struktur pasar dan perilaku pasar sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis marjin tataniaga, *farmer's share* serta rasio keuntungan dan biaya.

### **2. Analisis Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran merupakan organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam penyampaian atau pengaliran produk dari produsen hingga konsumen akhir. Analisis saluran tataniaga beras di Kecamatan Cibeber dapat dilakukan dengan pendekatan terhadap setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam saluran. Peneliti mengambil sampel sebanyak 30 petani dari 3 desa berbeda untuk diwawancarai secara langsung termasuk menggunakan kuisioner. Berikutnya peneliti mewawancarai lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat sesuai dengan informasi dari petani atau lembaga pemasaran sebelumnya. Apabila harga yang berlaku berbeda pada lembaga dalam saluran yang sama, peneliti akan mengambil rata-rata dari harga jual atau harga beli oleh para pelaku pemasaran tersebut. Perbedaan saluran pemasaran berpengaruh terhadap pembagian pendapatan yang diterima oleh masing –masing lembaga dalam saluran.

### **3. Analisis Struktur Pemasaran**

Analisis struktur pasar dianalisis secara kualitatif yakni berdasarkan jumlah penjual dan pembeli, sifat difrensiasi produk, pengetahuan dan informasi pasar serta hambatan untuk masuk-keluar pasar. Peneliti menentukan nilai dari masing- masing kriteria tersebut berdasarkan hasil pengamatan di lapangan. Struktur pasar yang mungkin dihadapi oleh pelaku pemasaran adalah pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli dan

monopoli. Secara normatif, pemasaran yang efisien adalah struktur pasar persaingan sempurna, namun secara realita struktur pasar ini hampir tidak dapat ditemukan.

#### 4. Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran pada penelitian ini diukur berdasarkan efisiensi operasional atau teknis yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran yang meningkatkan atau memaksimalkan rasio output-input pemasaran. Nilai output merupakan penilaian konsumen terhadap barang yang dikonsumsi dimana tidak hanya penilaian fisik saja, namun termasuk atribut yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Nilai input adalah semua biaya pemasaran yang timbul karena adanya sistem pemasaran, namun termasuk keuntungan yang diterima lembaga-lembaga pemasaran. Efisiensi operasional pemasaran padi pada penelitian ini diukur berdasarkan margin pemasaran, *farmer's share* serta analisis keuntungan dan biaya.

#### 5. Harga, biaya, dan volume penjualan

Keragaan pasar dianalisis secara kualitatif (deskriptif) yang berkenaan dengan harga, biaya, dan volume penjualan masing-masing tingkat pasar mulai dari tingkat petani, pedagang, sampai ke konsumen.

#### 6. Analisis Farmer Share

Analisis *farmer's share* digunakan untuk mengetahui persentase harga yang diterima oleh petani padi terhadap harga di konsumen akhir. *Farmer's share* menjadi salah satu indikator efisiensi pemasaran. *Farmer's share* berhubungan negatif dengan margin pemasaran. Artinya, semakin tinggi margin pemasaran maka semakin kecil bagian yang diperoleh oleh petani. Secara sistematis *farmer's share* dirumuskan sebagai berikut :

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Pr

Keterangan :

F<sub>s</sub> = *farmer's share*

P<sub>f</sub> = harga di tingkat petani

P<sub>r</sub> = harga di tingkat konsumen



## 7. Analisis Margin Pemasaran dan Rasio Profit Margin

Margin pemasaran berguna untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran padi di Kecamatan Mesuji Timur. Margin dihitung dari selisih antara sharga penjualan dengan harga pembelian di setiap lembaga. Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui perbedaan pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Secara luas, margin merupakan cerminan dari aktivitas- aktivitas bisnis atau fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam sistem pemasaran tersebut. Artinya, margin merupakan kumpulan balas jasa karena kegiatan produktif dalam mengalirnya produk dari petani sampai ke konsumen akhir. Secara sistematis, margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

(Hasyim, 2012) Margin pemasaran :

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \dots \dots \dots (1)$$

$$m_i = b_{ti} - i \dots \dots \dots (2)$$

$$i = m_{ji} - b_{ti} \dots \dots \dots (3)$$

$$\text{sehingga margin pemasaran total adalah : } M_j = \sum m_{ji} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

$m_{ji}$  = Margin pada lembaga pemasaran/pasar ke -i (i= 1,2,3,.....n)

$P_{si}$  = Biaya penjualan pada lembaga pemasaran/pasar ke -i

$P_{bi}$  = Harga pembelian lembaga pemasaran/pasar ke -i

$b_{ti}$  = Biaya pemasaran lembaga pemasaran/pasar ke -i

$i$  = Keuntungan lembaga pemasaran/pasar ke-i

$M_j$  = Margin pemasaran total. (Hasyim, 2012)

Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (Ratio Profit Margin/RPM) pada masing-masing lembaga perantara pemasaran (pedagang), yang dirumuskan sebagai berikut :

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan :

$m_{ji}$  = Margin lembaga pemasaran tingkat ke-i

$P_s$  = Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i

$P_{bi}$  = Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i

$b_{ti}$  = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

$\pi_i$  = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

$M_{ji}$  = Total margin pemasaran

$P_r$  = Harga pada tingkat konsumen

$P_f$  = Harga pada tingkat (petani) produsen

Menurut Azzaino (1980), nilai RPM yang menyebar relatif merata pada berbagai tingkat pemasaran merupakan cerminan dari sistem pemasaran yang efisien. Jikaselisih RPM antar lembaga pemasaran sama dengan nol, maka pemasaran tersebut efisien. Sebaliknya, jika selisih RPM lembaga pemasaran tidak sama dengan nol maka sistem pemasaran tersebut cenderung tidak efisien.

## 8. Elastisitas Transmisi Harga

Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui dampak perubahan harga suatu produk di satu tempat/tingkat terhadap perubahan harga produk tersebut di tempat/tingkat lain. Secara matematis, elastisitas transmisi harga dirumuskan sebagai:

$$Et = \frac{\partial pr/pr}{\partial pf/pf} \text{ atau } ET = \frac{\partial pr}{\partial pf} \times \frac{pf}{pr} \dots\dots\dots (6)$$

Pf dan Pr berhubungan linier dalam persamaan  $Pf = a + b Pr$ . Secara matematis dapat di tulis sebagai :

$$Pf = a + b Pr \dots\dots\dots (7)$$

Maka,

$$b = \frac{\partial pf}{\partial pr} \text{ atau } \frac{\partial pr}{\partial pf} = \frac{1}{b} \dots\dots\dots (8)$$

sehingga,

$$Et = \frac{1}{b} \times \frac{pf}{pr} \text{ atau } ET = b \times \frac{pr}{pf} \dots\dots\dots (9)$$

Et = elastisitas tranmisi harga  
a = intersep (titik potong)  
b = koefisien regresi atau slope  
Pf = harga di tingkat produsen  
Pr = harga di tingkat konsumen

Kriteria pengukuran yang digunakan pada analisis transmisi harga adalah

(Hasyim, 2012) :

1. Jika  $Et = 1$  berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen sama dengan laju perubahan harga di tingkat produsen. Hal ini berarti

bahwa pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku tataniaga adalah bersaing sempurna, dan sistem tataniaga yang terjadi sudah efisien.

2. Jika  $E_t < 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat pedagang pengecer. Keadaan ini bermakna bahwa pemasaran yang berlaku belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku tataniaga adalah bersaing tidak sempurna.
3. Jika  $E_t > 1$ , maka laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat pedagang pengecer. Pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku pasar adalah pasar tidak bersaing sempurna dan sistem pemasaran yang berlaku tidak efisien.

## **IV. GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

### **A. Keadaan Umum Kabupaten Mesuji**

#### **1. Keadaan Geografis**

Kabupaten Mesuji merupakan sebuah kabupaten yang terletak diujung Provinsi Lampung dan berbatasan langsung dengan Provinsi Sumatera Selatan serta berperan sebagai penghubung jalur transportasi antara pulau Sumatera dan Pulau Jawa. Kabupaten Mesuji juga digunakan sebagai jalur transportasi keluar masuk barang industri maupun barang hasil bumi dari kedua pulau tersebut. Berdasarkan Kabupaten Mesuji dalam angka (2018), Kabupaten Mesuji terletak antara 5 derajat sampai 6 derajat lintang selatan dan 106 derajat sampai 107 derajat bujur timur. Luas wilayah Kabupaten Mesuji yang tercatat adalah 2.184 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 7 kecamatan, diantaranya Way Serdang, Simpang Pematang, Panca Jaya, Tanjung Raya, Mesuji, Mesuji Timur dan Rawajitu Utara. Batas wilayah administrasi Kabupaten Mesuji adalah .

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tulang Bawang dan Tulang Bawang Barat.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan.

Kabupaten Mesuji merupakan daerah dengan curah hujan rata-rata sebesar 1997,67 milimeter per bulan. Kabupaten Mesuji memiliki 5 sungai dan anak sungai dengan total sepanjang 310 km. Topografi daratan Kabupaten Mesuji

merupakan dataran rendah dengan ketinggian 0 hingga 74 meter diatas permukaan laut. Oleh sebab itu, daerah Kabupaten Mesuji merupakan sebuah daerah rawa pasang surut mengikuti pasang surut air laut sehingga untuk sektor pertanian hanya dapat ditanami dalam dua kali musim tanam.

## 2. Keadaan Demografi

Kabupaten Mesuji jika ditinjau menurut keadaan demografisnya, menurut Kabupaten Mesuji dalam angka (2018), jumlah penduduk Kabupaten Mesuji hasil estimasi perhitungan pada tahun 2017 berjumlah 194.282 jiwa yang terdiri atas 103.523 jiwa penduduk laki-laki dan 94.569 jiwa penduduk perempuan. Kepadatan penduduk di Kabupaten Mesuji mencapai 109 jiwa per km<sup>2</sup> dan *sex ratio* penduduk sebesar 109%. Berdasarkan kelompok usia jumlah penduduk di Kabupaten Mesuji dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Sebaran Penduduk di Kabupaten Mesuji Berdasarkan Kelompok Usia

<b>Kelompok Usia (tahun)</b>	<b>Jumlah Penduduk (jiwa)</b>	<b>Persentase (%)</b>
0-14	56.080	28,48
15-65	131.209	66,63
≥65	9.624	4,89
Total	196.913	100,00

Sumber : Kabupaten Mesuji dalam Angka, 2018.

Tabel 4 menunjukkan bahwa penduduk di Kabupaten Mesuji sebagian besar berada pada usia produktif yaitu pada kelompok usia 15 - 64 tahun dengan persentase sebesar 66,63%. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk di Kabupaten Mesuji sebagian besar masih termasuk kedalam usia produktif, sehingga dapat lebih berkontribusi aktif dan penuh dalam pembangunan terutama pada sektor pertanian.

## 3. Keadaan Umum Pertanian

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memberikan sumbangan terbesar terhadap angka PDRB Kabupaten Mesuji. Sektor pertanian terbagi menjadi dua subsektor, yaitu subsektor tanaman pangan dan subsektor tanaman non pangan. Sektor pertanian yang menjadi unggulan di Kabupaten Mesuji adalah

tanaman pangan. Luas lahan dan produksi tanaman pangan di Kabupaten Mesuji dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Sebaran Luas Lahan dan Produksi Tanaman Pangan di Kabupaten Mesuji.

No.	Jenis Tanaman	Luas Lahan (ha)	Produksi (ton)
1	Padi Sawah	62.400	363.621
2	Padi Ladang	3.570	12.495
3	Jagung	4.769	28.617
4	Ubi Kayu	51	510
5	Ubi Jalar	625	17.360
6	Kacang Tanah	51	51
7	Kacang Kedelai	448	896
8	Kacang Hijau	14	28

Sumber : Kabupaten Mesuji dalam angka, 2018.

Bedasarkan data pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa komoditas tanaman pangan yang memiliki produksi tinggi padi Kabupaten Mesuji adalah padi sawah.

Komoditas tersebut menjadi komoditas dengan produksi tertinggi di Kabupaten Mesuji dikarenakan banyak diusahakan oleh para petani di daerah tersebut, selain itu, jenis tanah rawa dan keadaan iklim yang mendukung menjadikan petani lebih memprioritaskan untuk berusahatani padi.

Padi sawah merupakan salah satu tanaman pangan yang paling banyak dibudidayakan, karena komoditas ini paling cocok dengan jenis tanah dan iklim di Kabupaten Mesuji. Usahatani komoditas padi sawah juga tersebar di setiap kecamatan di Kabupaten Mesuji dengan Kecamatan yang paling mendominasi antara lain Kecamatan Mesuji, Kecamatan Mesuji Timur dan Kecamatan Rawajitu Utara.

## **B. Keadaan Umum Kecamatan Mesuji Timur**

### **1. Keadaan Geografis**

Kecamatan Mesuji Timur terletak di pesisir Sungai Buaya dan Sungai Mesuji yang merupakan batas administrasi Provinsi Lampung dengan provinsi Sumatera Selatan dengan posisi 185°26'58'T Bujur Timur dan 84°05'25'LS dengan Luas 43.101 ha dan pesisir 43.100 ha dengan kultur tanah rawa pasang surut.

Kecamatan Mesuji Timur adalah salah satu dari tujuh kecamatan yang masuk ke

dalam wilayah administrasi Kabupetan Mesuji. Kecamatan Mesuji Timur memiliki 20 desa yaitu Tanjung Mas Makmur, Tanjung Mas Rejo, Tanjung Menang, Muara Asri, Tanjung Mas Jaya, Tanjung. Menang Raya, Pangkal Mas Jaya, Talang Batu, Sungai Cambai, Tb. Karya Mandiri, Wonosari, Eka mulya, Margojadi, Margo Mulyo, Margo Jaya, Muara Mas, Dwi Karya Mustika, Tanjung Mas Mulya, Pangkal Mas Mulya, dan Pangkal Mas. Secara geografis Kecamatan Mesuji Timur memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Mesuji.
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Raya dan Simpang Pematang.
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Sungai Mesuji, Provinsi Sumatra Selatan.
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Rawajitu Utara.

## 2. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di Kecamatan Mesuji Timur adalah 36.791 jiwa yang terdiri dari 18.791 jiwa penduduk lai-laki dan 17.741 jiwa penduduk perempuan dan *sex ratio* penduduk sebesar 1,11%. Jumlah rata-rata penduduk per desa di Kecamatan Mesuji Timur adalah sebanyak 1.826 jiwa dengan kepadatan penduduk rata-rata yaitu 49 jiwa/km<sup>2</sup>. Berdasarkan kelompok usia jumlah penduduk di Kecamatan Mesuji Timur dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Sebaran Penduduk di Kecamatan Mesuji Timur Berdasarkan Kelompok Usia

Kelompok Usia (tahun)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
0-15	9.687	26,59
15-59	23.710	65,07
>60	3.039	8,34
Total	36.436	100,00

Sumber : BPS Kecamatan Mesuji Timur, 2019

Tabel 6 menunjukkan bahwa penduduk di Kecamatan Mesuji Timur sebagian besar berada pada usia produktif yaitu pada kelompok usia 15-59 tahun dengan jumlah 23.710 jiwa atau 65,07 % dari seluruh penduduk di Kecamatan Mesuji Timur sehingga dapat dinyatakan masih cakap untuk mengembangkan usaha

taninya. Persebaran penduduk di Kecamatan Mesuji berdasarkan luas wilayah cukup merata disetiap desa dengan rata-rata sebesar 5,00% (BPS Kecamatan Mesuji Timur, 2018).

### 3. Keadaan Pertanian

Sektor pertanian merupakan sektor yang paling banyak diusahakan oleh sebagian besar masyarakat di Kecamatan Mesuji Timur. Pertanian menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Subsektor pertanian yang ada di Kecamatan Mesuji Timur yaitu tanaman pangan dan hortikultura, tanaman perkebunan, dan perikanan. Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui penggunaan lahan yang ada di Kecamatan Mesuji Timur.

Tabel 7. Sebaran Pemanfaatan Lahan di Kecamatan Mesuji Timur

No.	Penggunaan Tanah	Luas (ha)	Persentase (%)
1	Sawah	5.606	7,52%
2	Pertanian bukan sawah	62.079	83,25%
3	Bukan Pertanian	6.885	9,23%
Jumlah		74.570	100%

Sumber : BPS Kecamatan Mesuji Timur, 2019.

Tabel 7 menunjukkan bahwa penggunaan lahan pertanian yang ada di Kecamatan Mesuji Timur paling banyak terdapat pada lahan pertanian bukan sawah dengan jumlah 62.079 ha (83,25%). Lahan pertanian bukan sawah didominasi oleh satu desa saja yaitu Desa Talang Batu Kecamatan Talang Batu yang memiliki luas lahan pertanian bukan sawah sebesar 47.600 ha atau 76,67% luas lahan pertanian bukan sawah. Penggunaan tanah untuk sawah tersebar di seluruh desa di Kecamatan Mesuji Timur kecuali di Desa Talang Batu dan Desa Margo Mulya.

### C. Keadaan Umum Desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur dan Pangkal Mas Mulya

Wilayah Kecamatan Mesuji Timur mencakup 20 desa yaitu Tanjung Mas Makmur, Tanjung Mas Rejo, Tanjung Menang, Muara Asri, Tanjung Mas Jaya, Tanjung Menang Raya, Pangkal Mas Jaya, Talang Batu, Sungai Cambai, Tb. Karya Mandiri, Wonosari, Eka mulya, Margojadi, Margo Mulyo, Margo Jaya, Muara Mas, Dwi Karya Mustika, Tanjung Mas Mulya, Pangkal Mas Mulya, dan



Pangkal Mas. Penelitian ini hanya terfokus terhadap tiga desa yang terpilih menjadi sampel. Tiga desa tersebut yaitu desa Tanjung Mas Mulya, Tanjung Mas Makmur dan Pangkal Mas Mulya.

### **1. Profil Singkat Desa Tanjung Mas Mulya**

Jumlah penduduk di Desa Tanjung Mas Mulya yaitu sebanyak 1.319 jiwa dengan sebaran penduduk laki-laki sebanyak 709 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 604 jiwa. Rasio jenis kelamin (*sex ratio*) Desa Tanjung Mas Mulya yaitu 117,38%. Desa Tanjung Mas Mulya memiliki luas wilayah sebesar 1.096 ha dan terdiri atas 382 KK yang sebagian besar mengandalkan pertanian sebagai sumber mata pencahariannya. Sebagai lahan yang merupakan daerah rawa, lahan sawah di Desa Tanjung Mas Makmur hanya dapat ditanami dua kali musim tanam dalam setahun. Musim tanam satu disebut dengan musim tanam rendeng yang pada umumnya dilaksanakan pada musim penghujan yang berkisar antara bulan Oktober sampai dengan bulan April, sedangkan untuk musim tanam kedua disebut dengan musim tanam gadu yang dilaksanakan pada musim kemarau pada kisaran bulan April hingga bulan Oktober.

Secara administratif Desa Tanjung Mas Mulya berada diujung wilayah administrasi Kabupaten Mesuji dan Provinsi Lampung. Hal ini dikarenakan lokasi desa ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) Provinsi Sumatera Selatan yang hanya dipisahkan dengan terentangny Sungai Mesuji. Batas-batas administrasi Desa Tanjung Mas Mulya di sebelah barat berbatasan dengan Desa Tanjung Mas Jaya SP 7, di sebelah timur berbatasan dengan Sungai Mesuji /OKI Sum Sel, disebelah utara berbatasan dengan Desa Tanjung Serayan SP 10, Kec Mesuji, sedangkan di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Muara Mas dan Muara Asri, SP 5.

### **2. Profil Singkat Desa Tanjung Mas Makmur**

Desa Tanjung Mas Makmur merupakan salah satu desa yang masuk ke dalam wilayah Kecamatan Mesuji Timur. Desa ini terletak 0,5 KM kearah Selatan dari pusat Kecamatan Mesuji Timur yang terletak di Desa Tanjung Mas Rejo dan berjarak 56 KM dari ibukota Kabupaten Mesuji. Tanjung Mas Makmur

merupakan desa yang ditunjuk menjadi pusat program pengembangan Kota Terpadu Mandiri di Kabupaten Mesuji. Data yang dikeluarkan oleh desa menyatakan bahwa pada tahun 2018, jumlah penduduk desa mencapai 1.881 jiwa.

Luas wilayah administrasi Desa Tanjung Mas Makmur yaitu 534 hektar yang terdiri dari empat Dusun. Sebanyak 20,9 persen atau 111,5 hektar lahan yang ada di Desa Tanjung Mas Makmur dimanfaatkan untuk lahan persawahan. Sebagai lahan yang merupakan daerah rawa, lahan sawah di Desa Tanjung Mas Makmur hanya dapat ditanami dua kali musim tanam dalam setahun. Musim tanam satu disebut dengan musim tanam rendeng yang pada umumnya dilaksanakan pada musim penghujan yang berkisar antara bulan Oktober sampai dengan bulan April, sedangkan untuk musim tanam kedua disebut dengan musim tanam gadu yang dilaksanakan pada musim kemarau pada kisaran bulan April hingga bulan Oktober.

Desa Tanjung Mas Makmur merupakan daerah yang terletak di penghujung wilayah administrasi dari Kabupaten Mesuji, dimana desa ini hanya berjarak sekitar sepuluh kilometer dari batas administrasi Kabupaten Mesuji, namun meski begitu desa-desa yang berbatasan dengan wilayah Desa Tanjung Mas Makmur masih masuk dalam wilayah administrasi Kabupaten Mesuji dan Kecamatan Mesuji Timur. Batas-batas wilayah Desa Tanjung Mas Makmur sebelah utara berbatasan dengan Desa Tanjung Mas Rejo, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pangkal Mas dan Desa Pangkal Mas Mulya, sebelah barat berbatasan dengan PT. BTLA (Bangun Tata Lampung Asri), dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Tanjung Mas Jaya.

### **3. Profil Singkat Desa Pangkal Mas Mulya**

Desa Pangkal Mas Mulya merupakan satu dari 20 desa yang ada di Kecamatan Mesuji Timur. Desa Pangkal Mas Mulya berjarak lima kilometer dari pusat Kecamatan Mesuji Timur yang terletak di Desa Tanjung Mas Rejo dan berjarak 62 kilometer dari Ibukota Kabupaten Mesuji. Desa Pangkal Mas Mulya merupakan salah satu wilayah yang ada di Kecamatan Mesuji Timur yang memiliki wilayah administrasi yang sangat luas, namun jalan penghubung antar

kecamatan menuju desa ini masihlah buruk, sehingga ketika musim penghujan tiba jalanan sulit untuk dilalui. Data yang dikeluarkan oleh desa menyatakan bahwa pada tahun 2018, jumlah penduduk desa mencapai 1.397 jiwa.

Luas wilayah administrasi Desa Pangkal Mas Mulya mencapai 960 hektar yang terdiri dari empat dusun. Sebanyak 728 hektar atau sebanyak 75,8 persen luas lahan yang ada di Desa Pangkal Mas Mulya dimanfaatkan sebagai lahan persawahan. Desa Pangkal Mas Mulya memiliki jenis tanah yang sama dengan desa-desa lainnya di Kecamatan Mesuji Timur yaitu memiliki areal sawah rawa sehingga dalam satu tahun hanya dapat digunakan dalam melakukan usahatani tanaman padi sebanyak dua kali saja. Musim pertama disebut dengan musim rendeng yang bertepatan dengan musim penghujan yaitu antara bulan januari hingga juni, sedangkan musim kedua yaitu musim gadu atau bertepatan dengan musim kemarau yang ada pada kisaran bulan Juli hingga Desember.

Desa Pangkal Mas Mulya merupakan desa yang mempunyai letak geografis di ujung wilayah administrasi Kecamatan Mesuji Timur sekaligus berada di ujung wilayah administrasi Provinsi Lampung. Letaknya yang berada tepat di perbatasan antara Provinsi Lampung dengan Provinsi Sumatera Selatan hanya terpisah oleh Sungai Mesuji yang berada di sebelah Selatan Desa. Batas-batas wilayah administrasi Desa Pangkal Mas Mulya di sebelah utara berbatasan dengan Desa Tanjung Mas Makmur, disebelah selatan berbatasan dengan Sungai Mesuji sekaligus berbatasan dengan Provinsi Sumatera Selatan, sebelah barat berbatasan dengan Desa Pangkal Mas dan Desa Pangkal Mas Jaya, sedangkan di sebelah timur berbatasan dengan Desa Muara Mas.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Saluran pemasaran padi di Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji adalah: petani → pedagang pengumpul → penggilingan
2. Pemasaran padi di Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji belum efisien karena nilai *rasio profit margin* (RPM) pada setiap lembaga pemasaran tidak menyebar secara merata, dan laju perubahan harga di tingkat konsumen atau pengecer lebih kecil dari pada laju perubahan harga di tingkat produsen, serta pasar yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah pasar bersaing tidak sempurna walaupun total margin pemasaran relatif kecil (hanya 58,40% dari total harga yang dibayar oleh konsumen akhir), dan pangsa produsen masih relatif rendah yaitu (kurang dari 90%).

### B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan saya menyarankan bahwa:

- a. Bagi Pedagang di Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji agar meminimalisir jalur dari produsen ke konsumen supaya harga ditingkatkan konsumen dan di tingkat produsen tidak begitu tinggi.
- b. Bagi dinas terkait di Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji agar mendukung pelaksanaan, mengawasi dan bantuan berupa alat berat supaya pelaksanaan distribusi padi tidak terhambat
- c. Bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini mengamati bagian lain seperti nilai tambah dan usahatani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmawati. 2018. Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Di Kelurahan Apala, Kecamatan Barebbo, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Universitas Hasanudin. Makasar.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Sebaran Luas Areal Tanaman Padi di Provinsi Lampung. Badan Pusat Statistik. Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Sebaran Perluasan Produksi Tanaman Padi Sawah Kabupaten dan Kota di Provinsi Lampung Tahun 2009-20013. Badan Pusat Statisti. Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Sebaran Penduduk di Kabupaten Mesuji Berdasarkan Kelompok Usia. Badan Pusat Statistik. Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Sebaran Luas Lahan Dan Produksi Tanaman Pangan di Kabupaten Mesuji. Badan Pusat Statistik. Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Sebaran Perluasan Lahan Di Kabupaten Mesuji. Badan Pusat Statistik. Lampung.
- Darus. 2018. Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kecamatan Rambah Samo. *Jurnal Agribisnis*, 20 (1) : 1-10.  
<https://journal.unilak.ac.id/index.php/agr/article/view/1492>. Diakses Pada Tanggal 25 April 2021.
- Dewi N. 2017. Analisis Struktur, Prilaku dan Kinerja Pasar Komoditas Padi di Desa BungaRaya dan di Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak. *Jurnal Ilmu Agribisnis*, 19 (1): 50.  
<https://ejournal.unilak.ac.id/index.php/agr/article/view/736/465>. [16 Februari 2021].
- Handoko, Hani. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi 1. BPFE. Yogyakarta.
- Hasibuan N.1993. *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli dan Regulasi*. LP3ES. Jakarta.
- Hasyim, A.I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung. Lampung.

- Jogiyanto Hartanto. 2001. *Analisa dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis. Andi, Yogyakarta.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 1. PT.INDEKS. Jakarta.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Hendra teguh dan Ronny A.Rusly. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga Jakarta.
- Ma'arif, Syamsul dan Tanjung, Hendri. 2003. *Manajemen Operasi*. PT Grasindo. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta.
- Mubyarto. 1998. *Pengantar Ekonomi Pertanian* . LP3ES. Jakarta.
- Moerdiyanto., 2009, Teknik monitoring dan evaluasi (monev) dalam rangka memperoleh informasi untuk pengambilan keputusan manajemen. Yogyakarta.
- Purwono dan Heni Purnamawati. 2007. *Budidaya 8 Jenis Pangan Unggul*. Penebar Swadaya, Depok.
- Sari,E.M., Hasyim, A.I., Situmorang,S. (2019). Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Dan Nilai Tambah Beras Di Kabupaten Pesawaran <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3325>. JIIA, 7 (1) : 1-8. Diakses pada tanggal 2 Februari 2021.
- Slameto, Kiswanto, Rahayu, S.Y, Tusrimin, Nugroho, S., dan Mubarak, E. 2016. Daya Hasil Beberapa Varietas Padi Inbrida Di Lahan Rawa Pasang Surut Di Kabupaten Mesuji. *Prosiding Seminar Nasional Agroinovasi Spesifik Lokasi Untuk Ketahanan Pangan Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN*. <http://repository.pertanian.go.id/handle/123456789/6311>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2020.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar industry*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2003. *Ekonomi Pertanian* . Rajawali press, Jakarta.
- Soekartawi.1997. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Universitas Indonesia, Jakarta

- Suharto, E. 2009. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. PT. Radika Aditama. Jakarta.
- Suparno, E, 2006. *Paradigma baru pembangunan Kawasan Transmigrasi Menuju Terbentuknya Kota Mandiri Terpadu*. Departemen Tenaga kerja dan Transmigrasi Ri, Jakarta.
- Swastha. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Andi. Jakarta.
- William J, (2002), *Prinsip Pemasaran*, terj. oleh Alexander Sindoro Penerbit Erlangga. Jakarta.