

SKRIPSI

STRATEGI PERBAIKAN PEMASARAN HASIL PADI RAWA LEBAK DIDESA TAPUS KECAMATAN PAMPANGAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

***STRATEGY FOR RICE MARKETING IMPROVEMENT IN
TAPUS VILLAGE WETLAND PAMPANGAN SUB DISTRICT
OGAN KOMERING ILIR***



**Septi Yani
05011181520040**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020**

SUMMARY

SEPTI YANI. Strategy for Rice Marketing Improvement in Tapus Village Wetland Pampangan Sub District Ogan Komering Ilir (Supervised by **IMRON ZAHRI** and **MUHAMMAD ARBI**).

The most important factor in marketing patterns from producers to consumers is the selection of the right marketing channels so that marketing analysis is needed to determine the efficiency of the marketing channel. Therefore, efforts to increase farmers' incomes are urgently needed, including efforts to improve marketing. The purpose of research were to analyze the marketing channels of lebak swamp rice, to analyze the level of marketing efficiency of Lebak swamp rice, and to describing strategies improved marketing of lebak swamp rice in Tapus Village, Pampangan District, Ogan Komering Ilir Regency. This research was conducted in Tapus Village, Pampangan District, Ogan Komering Ilir Regency. Determination of location was done deliberately (*purposive*). This research was conducted from February 2019 to May 2019. The research method used survey method. The sampling method used was a simple random sampling method of 42 samples. Based on results of this study indicate that marketing of lebak swamp rice products in Tapus Village consists of two marketing channels. Marketing of lebak swamp rice in Tapus Village has a market structure that tends to be imperfect competition market, meanwhile the marketing behavior that occurs was that prices are formed based on the amount of demand and supply for rice, and the existing market mechanism and farmers as recipients of prices. The payment system was the majority in cash and cooperation between marketing institutions was a business partner relationship and there is also mutual trust and kinship so that they become customers. The marketing improvement strategy in marketing swamp lebak rice is the strategy needed to improve marketing in the poduk by increasing the sale value of rice to consumers, increase rice storage shed, and establishing certified rice seed businesses. Meanwhile the proposed price strategy requires the role of the government in finding the right instruments to protect rice price policies, developing marketing programs such as, auction markets and warehouse receipts, and on distribution strategies or places proposed to improve access to Tapus Village and for promotion strategies to increase promotion of personal selling, and promotion of sales and publicity, so as to create a name comparison.

Key words : marketing efficiency, marketing improvement strategies, paddy, swamp lebak.

RINGKASAN

SEPTI YANI. Strategi Perbaikan Pemasaran Hasil Padi Rawa Lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir (Dibimbing oleh **IMRON ZAHRI** dan **MUHAMMAD ARBI**).

Faktor terpenting dalam memperlancar pola pemasaran dari produsen ke konsumen adalah pemilihan saluran pemasaran yang tepat sehingga diperlukan analisis pemasaran yang bertujuan mengetahui efesiensi atau tidaknya suatu saluran pemasaran tersebut. Karena itu, usaha meningkatkan pendapatan petani, sangat diperlukan termasuk pula usaha perbaikan di bidang pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis saluran pemasaran yang padi rawa lebak, menganalisis tingkat efisiensi pemasaran hasil padi rawa Lebak, dan mendeskripsikan strategi perbaikan pemasaran padi rawa lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. Penelitian ini berlokasi di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. Penentuan lokasi dilakukan dengan sengaja (*purposive*). Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2019 sampai bulan Mei 2019. Metode penelitian menggunakan metode survei. Metode penarikan contoh yang digunakan yaitu metode *random sampling* sebanyak 42 sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran hasil padi rawa lebak di Desa Tapus terdiri dari dua saluran pemasaran. Pemasaran padi rawa lebak di Desa Tapus memiliki struktur pasar cenderung pasar persaingan tidak sempurna, sementara itu perilaku pemasaran yang terjadi yaitu harga terbentuk yaitu berdasarkan jumlah permintaan dan penawaran terhadap beras, dan mekanisme pasar yang ada dan petani sebagai penerima harga. Sistem pembayaran yang dilakukan yaitu mayoritas secara tunai dan kerjasama yang dilakukan antar lembaga pemasaran merupakan hubungan mitra usaha dan ada juga saling percaya dan kekerabatan sehingga jadi langganan. Strategi perbaikan pemasaran pada pemasaran hasil padi rawa lebak adalah pada strategi diperlukan perbaikan pemasaran pada produk dengan cara meningkatkan nilai jual beras kepada konsumen, gudang penyimpanan padi, dan mengembangkan usaha benih padi bersertifikat. Sementara itu usulan strategi harga dibutuhkan peran pemerintah dalam mencari instrumen yang tepat untuk melindungi kebijakan harga beras, mengembangkan program pemasaran seperti, pasar lelang dan resi gudang, dan pada strategi distribusi atau tempat di usulkan untuk perbaikan akses menuju Desa Tapus dan untuk strategi promosi untuk meningkatkan promosi *personal selling*, dan melakukan promosi penjualan dan publisitas, sehingga terciptanya pembrandingan nama.

Kata kunci : efisiensi pemasaran, padi, rawa lebak, strategi perbaikan pemasaran.

SKRIPSI

STRATEGI PERBAIKAN PEMASARAN HASIL PADI RAWA LEBAK DI DESA TAPUS KECAMATAN PAMPANGAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Pertanian Pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



**Septi Yani
05011181520040**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020**

Skripsi dengan Judul "Strategi Perbaikan Pemasaran Hasil Rawa Lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir" oleh Septi Yani telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 14 Januari 2020 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S. Ketua
NIP 195210281975031001

2. Muhammad Arbi, S.P., M.Sc. Sekretaris
NIP 197711022005011001

3. Prof. Dr. Ir. Sriati, M.S. Anggota
NIP 195907281984122001

4. Indri Januarti, S.P., M.Si Anggota
NIP 198301092008122002

(.....)
Imron Zahri
(.....)
Muhammad Arbi
(.....)
Sriati
(.....)
Indri Januarti

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Indralaya, Januari 2020
Koordinator Program Studi
Agribisnis



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Desi Aryani".

Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP 198112222003122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septi Yani
NIM : 05011181520040
Judul : Strategi Perbaikan Pemasaran Hasil Padi Rawa Lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya, dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Januari 2020



(Septi Yani)

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) Sumatera Selatan pada tanggal 19 September 1997. Anak dari Bapak Sumanto dan Ibu Sunayati. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Memulai pendidikan di SD Negeri Suka Pindah Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin pada tahun 2003 sampai dengan 2009, lalu melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Rambutan. Penulis lulus pada tahun 2012 dan melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Rambutan. Penulis lulus pada tahun 2015 dan melanjutkan sekolah keperguruan tinggi di Universitas Sriwijaya.

Penulis aktif mengikuti beberapa organisasi yang ada tingkat jurusan, fakultas, maupun universitas. Penulis pernah tergabung dalam organisasi seperti, HIMASEPERTA Unsri dan diamanahkan sebagai sekretaris biro Kestari, sebagai sekretaris umum Keluarga Mahasiswa Sedulang Setudung Banyuasin (KEMASS), sebagai jurnalis Alenia Unsri periode 2017, sebagai anggota Bidang Penanggulangan Bencana di KSR PMI Unsri, sebagai Ketua biro Kestari Himaseperta Unsri, Sekretaris Kabinet BEM KM FP Unsri, dan sebagai Ketua Biro Kestari BEM KM Unsri. Selama menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi, penulis dipercaya menjadi asisten dosen pada mata kuliah Pengantar Ekonomi Pertanian. Selain itu penulis meraih beberapa prestasi, seperti meraih Juara 1 baca dan menulis puisi tingkat fakultas dan juara 1 *debat competition* tingkat fakultas pada tahun 2017.

Penulis telah melaksanakan praktik lapangan yang berjudul “Budidaya dan Analisis Usahatani Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens* L.) dengan Penggunaan Pupuk Kandang di lahan praktek klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya” yang dibimbing Dr. Ir. Maryadi, M.Si dan melaksanakan magang di PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang pada Departemen Penjualan PSO Wilayah 1 dengan laporan berjudul “Strategi Penagihan Subsidi Pupuk dengan Pengoptimalan Alur Verifikasi dan Validasi” yang dibimbing oleh Dr. Desi Aryani, S.P.,M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan Shalawat beriring salam tercurahkan kepada Rasulullah Shallahu Wassalam. telah memberikan kenikmatan terbesar hidup dalam Iman dan Islam serta penulis dapat menyelesaikan penyusun skripsi. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian dengan judul “strategi Perbaikan pemasaran hasil padi rawa lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari batuan, dukungan, bimbingan serta saran dari semua pihak maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Mamak beserta ayot adik saya yang selalu memberi dukungan baik moril dan materil, serta doa, cinta, kasih sayang yang terhingga.
2. Kepada Bapak Prof. Dr. Ir.H. Imron Zahri, M.S dan bapak Muhammad Arbi, S.P., M.Sc., selaku pembimbing skripsi atas kesabaran dan perhatiannya dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Kepada Ir.Hj. Fauziah Asyiek, M.A.,Ph.D., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses perkuliahan.
4. Kepada Prof. Dr. Ir.Sriati, M.S., dan ibu Indri Januarti, S.P., M.Si., yang telah bersedia menjadi penguji .
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Pertanian khususnya Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis yang telah membekali penulis berbagai ilmu dan membantu penulis selama masa perkuliahan ini.
6. Kepala Desa serta perangkat desa lainnya dan petani di Desa Tapus yang bersedia telah meluangkan waktunya dalam kegiatan wawancara yang dilakukan penulis. Terkhusus kak Nizar dan pak Sulaidi yang telah berbaik hati memberikan tempat tinggal selama dilapangan, serta dek Sepri yang membantu selama dilapangan.

7. Kepada teman seperjuangan, Ferdinan sebagai patner penelitian di Kecamatan Pampangan dan terkhusus untuk Bibik Saphir, Bacin, dan Ijal bersedia meluangkan waktunya untuk membantu di lapangan .
8. Kepada keluarga seperjuangan BS yang membantu selama ini dan memberi nasehat serta semangat agar penulis segera menyelesaikan skripsi yaitu Saphira, Ucik, Tin, Onie, Sun, Aida, lik lik, Indah, Iif, Erica, Novi dan Yekaya.
9. Super Team Garuda Angkasa (Teteh, Anit, Aida, buk Tini, Onie, Tio, Lilib, Haris, Satria, Ahmad, Rafi, Andika) dan untuk BPH serta staf BEM KM FP kabinet “Rumah Kita”, seluruh jajaran BEM KM UNSRI kabinet Bingkai Cita dan adik adik staf yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada Vilz (*My roommate* dari Solomon Island) yang telah banyak membantu, dan memberikan semangat yang tiada henti.
11. Kepada APARTEMEN MEVVAH (Shinta, Dila, Vilz, dan Mbk Met) telah memberikan dukungan dan banyak pembelajaran.
12. Tim Penelitian Rambutan (Mbk Tika, Co co, Alana, Rani, Monic dan Dinda)
13. Kepada semua mahasiswa Agribisnis angkatan 2015 dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan tak bisa dituliskan satu persatu, semoga Allah membala kebaikan kita semua. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dalam penyempurnaan tulisan ini di masa yang akan datang. Demikian rangkaian terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak, semoga hasil penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Indralaya, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	Ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	4
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Konsepsi Tanaman Padi	5
2.1.2. Konsepsi Lahan Rawa Lebak.....	6
2.1.3. Konsepsi Pemasaran.....	8
2.1.3.1. Pasar	9
2.1.3.2. Perilaku Pasar.....	10
2.1.4. Konsepsi Fungsi Pemasaran.....	13
2.1.5. Konsepsi Saluran Pemasaran	14
2.1.6. Konsepsi Lembaga Pemasaran.....	16
2.1.7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran	17
2.1.8. Konsepsi Marjin Pemasaran.....	19
2.1.9. Konsepsi <i>Farmer Share</i>	20
2.1.10. Konsepsi Rasio Keuntungan dan Biaya Pemasaran.....	21
2.1.11. Konsepsi Strategi Perbaikan Pemasaran	22
2.1.11.1. Produk (<i>Product</i>).....	23
2.1.11.2. Harga (<i>Price</i>).....	24
2.1.11.3. Tempat (<i>Place</i>).....	25
2.1.11.4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	26
2.2. Model Pendekatan.....	27
2.3. Hipotesis.....	28

	Halaman
2.4. Batasan Operasional.....	28
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Tempat dan Waktu	31
3.2. Metode Penelitian.....	31
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	31
3.4. Metode Pengumpulan Data	32
3.5. Metode Pengolahan Data	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Keadaan Umum Wilayah	36
4.1.1. Geografi dan Batasan Wilayah Administrasi	36
4.1.2. Keadaan Penduduk.....	37
4.1.3. Sarana dan Prasarana.....	37
4.2. Karakteristik Usahatani Padi.....	39
4.2.1. Pengelolan Tanah	40
4.2.2. Penanaman.	40
4.2.3. Pemeliharaan	41
4.2.4. Panen	41
4.3. Karakteristik Petani Contoh	42
4.3.1. Umur Petani	42
4.3.2. Tingkat Pendidikan	43
4.3.3. Pengalaman Berusahatani	44
4.3.4. Luas Lahan Garapan	45
4.3.5. Jumlah Anggota Keluarga.....	44
4.4. Karakteristik Lembaga Pemasaran.....	46
4.4.1. Tengkulak.....	47
4.4.2. Pedagang Besar	47
4.3.3. Pedagang Pengecer.....	47
4.5. Saluran Pemasaran Desa Tapus	48
4.5.1. Saluran Pemasaran I.....	49
4.5.2. Saluran Pemasaran 2	50
4.6. Fungsi Pemasaran	52

	Halaman
4.6.1. Fungsi Pertukaran	53
4.6.2. Fungsi Fisik.....	53
4.6.3. Fungsi Fasilitas	54
4.7. Efesiensi Pemasaran.....	57
4.7.1. Struktur Pasar	57
4.7.2. Perilaku Pasar.....	59
4.7.2.1. Kegiatan Pembelian dan Penjualan	60
4.7.2.2. Sistem Penentuan Harga dan Pembayaran	60
4.7.2.3. Kerjasama Antar Lembaga Pemasaran	61
4.7.3. Kinerja Pasar	62
4.7.3.1. Analisis Marjin Pemasaran	62
4.7.3.1.1. Analisis Marjin Pemasaran Saluran 1	63
4.7.3.1.2. Analisis Marjin Pemasaran Saluran 2	64
4.7.3.2. Analisis <i>Faemer Share</i>	65
4.7.3.3. Analisis Rasio Keuntungan Terhadap Biaya.....	66
4.7.4. Efesiensi dan Alternatif saluran Pemasaran	68
4.8. Strategi Perbaikan Pemasaran	69
4.8.1. Strategi Produk.....	70
4.8.2. Strategi Harga.....	70
4.8.3. Strategi Tempat	71
4.8.4. Strategi Promosi	72
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78

DAFTRA GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Desain Saluran Pemasaran.....	13
Gambar 2.2. Model Pendekatan Secara Diagramatis	27
Gambar 4.1. Kalender Usaha Tani Padi di Desa Tapus	39
Gambar 4.2. Saluran Pemasaran Hasil Padi Desa Tapus.....	48
Gambar 4.3. Saluran Pertama Pemasaran Hasil Padi Desa Tapus	50
Gambar 4.4. Saluran Kedua Pemasaran Hasil Padi Desa Tapus	51

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Luas panen padi Dirinci Perdesa/Kelurahan dalam Kecamatan Pampangan Tahun 2016.....	2
Tabel 2.1. Ciri-Ciri Pasar Persaingan Sempurna	10
Tabel 3.1. Lembaga Pemasaran Hasil Padi Rawa Lebak Desa Tapus	32
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk di Desa Tapus Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017	37
Tabel 4.2. Sarana dan Prasarana di Desa Tapus.....	38
Tabel 4.3. Kategori Umur Petani Berdasarkan Umur di Desa Tapus	43
Tabel 4.4. Tingkat Pendidikan Petani Contoh di Desa Tapus.....	43
Tabel 4.5. Lama Pengalaman Bertani Petani Contoh di Desa Tapus.....	44
Tabel 4.6. Luas Lahan Garapan yang Dimiliki Petani Desa Tapus	45
Tabel 4.7. Jumlah Anggota Keluarga Petani Desa Tapus	46
Tabel 4.8. Persentase Saluran Pemasaran Hasil Padi Desa Tapus	49
Tabel 4.9. Fungsi Pemasaran pada Lembaga Pemasaran Hasil Padi di Desa Tapus.....	52
Tabel 4.10. Usulan Strategi Pemasaran Hasil Padi di Desa Tapus	53
Tabel 4.11. Fungsi Pertukaran yang Dilakukan Petani dan Lembaga Pemasaran Hasil Padi di Desa Tapus	54
Tabel 4.12. Fungsi Fisik Pemasaran Hasil Padi di Desa Tapus	55
Tabel 4.13. Fungsi Fasilitas Pemasaran Hasil Padi di Desa Tapus.....	57
Tabel 4.14. Karakteristik dalam Struktur Pasar Lembaga Pemasaran Desa Tapus	59
Tabel 4.15. Perilaku Pasar dalam Pemasaran Hasil Padi Desa Tapus	64
Tabel 4.16. Marjin Pemasaran Hasil Padi Rawa Lebak.....	65
Tabel 4.17. Harga Jual, Harga Beli, dan Marjin Pemasaran Hasil Padi Rawa Lebak pada Saluran 1	66
Tabel 4.18. Harga Jual, Harga Beli, dan Marjin Pemasaran Hasil Padi Rawa Lebak pada Saluran 1	67
Tabel 4.19. <i>Farmer Share</i> pada Setiap saluran Pemasaran Desa Tapus Rasio Keuntungan terhadap Biaya Pemasaran Setiap.....	68
Tabel 4.20. Nilai Efisiensi Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Desa Tapus.....	68
Tabel 4.21. Usulan Strategi Pemasaran Hasil Padi di Desa Tapus	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Desa Tapus Kecamatan Pampangan	79
Lampiran 2. Identitas Petani Contoh.....	80
Lampiran 3. Identitas Lembaga Pemasaran Tengkulak	81
Lampiran 4. Identitas Lembaga Pemasaran Pedagang Besar.....	82
Lampiran 5. Identitas Lembaga Pemasaran Pedagang Pengecer	83
Lampiran 6. Distribusi Hasil Panen Petani Padi	84
Lampiran 7. Perilaku Penjualan di Desa Tapus	85
Lampiran 8. Biaya Pemasaran Pedagang Tengkulak	86
Lampiran 9. Biaya Pemasaran Pedagang Besar	87
Lampiran 10.. Biaya Pemasaran Pedagang pengecer.....	88

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perubahan kemajuan pertanian merupakan suatu implementasi untuk menjadikan sektor pertanian lebih baik dan terarah, dengan melibatkan pemerintah, petani dan *stakeholder* terkait. Rencana startegis itu akan tercapai dimana pencapaian utama yaitu untuk menjaga ketersediaan bahan pangan, nabati maupun hewani bagi masyarakat. Padi merupakan salah satu komoditas pertanian yang berperan strategis sebagai penyedia pangan bagi masyarakat dalam penciptaan ketahanan pangan nasional (*food security*). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik produksi padi menurut provinsi tahun 2017, produksi padi di Indonesia mencapai 79.354.767 ton. Provinsi Sumatera Selatan menjadi produsen nomor lima di Indonesia dengan produksi sebanyak 4.247.922 ton setelah provinsi Jawa Barat (13.633.701 ton), Jawa Timur (12.540.550 ton), Jawa Tengah (11.473.161 ton), dan Sulawesi Selatan (5.727.081 ton). Tanaman padi di Sumatera Selatan tersebar di beberapa kabupaten, yaitu Ogan Komering Ulu Timur, Ogan Komering Ilir, Banyuasin, Musi Banyuasin, dan Musi Rawas. Kementerian Pertanian (2018), mengatakan bahwa untuk menambah pasokan pangan nasional dengan menargetkan lahan rawa lebak menjadi lahan pertanian produktif.

Badan Litbang Pertanian tahun 2011 menyatakan hasil pemetaan bahwa luas lahan rawa lebak di Indonesia sekitar 13,3 juta hektar. Perinciannya seluas 4,2 juta hektar berupa lebak dangkal, 6,1 juta hektar lebak tengahan, dan 3,0 juta hektar lebak dalam. Lahan rawa lebak di Sumatera Selatan yang telah digunakan untuk budidaya padi yaitu sebanyak 304.563 hektar atau sekitar 38 persen dari lahan padi di Sumatera Selatan. Kabupaten Ogan Komering Ilir merupakan kabupaten sebagai produsen padi dengan jumlah lahan rawa lebak sekitar 164.034 hektar (Harun *et al.*, 2014). Kecamatan Pampangan merupakan salah satu kecamatan penghasil padi nomor enam di Kabupaten Ogan Komering Ilir dengan produksi 8.734 ton (BPS Ogan Komering Ilir, 2016) dan yang paling banyak memproduksi padi di kecamatan ini yaitu Desa Tapus dengan produksi padi

dengan luas panen 1.176 ha yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Luas Panen Padi Dirinci Perdesa/Kelurahan dalam Kecamatan Pampangan Tahun 2016

No.	Desa/Kelurahan	Luas Panen (Ha)
1.	Ulak Kemang	896
2.	Ulak Kemang Baru	465
3.	Sepang	965
4.	Keman	887
5.	Keman Baru	187
6.	Ulak Pianggu	379
7.	Kandis	823
8.	Ulak Depati	253
9.	Tapus	1.176
10.	Pulau Layang	896
11.	Kuro	645
12.	Bangsal	400
13.	Menggeris	424
14.	Pulau Betung	528
15.	Serdang	-
16.	Jungkal	-
17.	Seri Menang	-
18.	Tanjung Kemang	-
19.	Jermun	-
20.	Secondong	-
21.	Srimulya	-
22.	Pampangan	-
Total		8.924

Sumber : Kecamatan Pampangan Dalam Angka, 2017

Desa Tapus merupakan desa yang mayoritas masyarakatnya bermata pencarian sebagai petani yang memproduksi padi dilahan rawa lebak dan juga menjadikan padi rawa lebak sebagai komoditas utama. Terbukti pada tahun 2014 adanya panen raya dan dihadiri Dirjen Kementerian Pertanian Republik Indonesia dan mengangkat tema peningkatan IP 200. Sistem sawah lebak di Desa Tapus pengairannya menggunakan tada hujan dan mengandalakan mesin air sungai ke sawah mereka. Sehingga petani hanya bisa melakukan penanaman sekali dalam satu tahun. Namun Desa Tapus merupakan salah satu desa di Kecamatan Pampangan yang menjadi basis produksi dan luas panen tertinggi yang terdapat pada Tabel 1.1 yaitu dengan produksi padi dengan luas panen 1.176 ha.

Tingginya produksi padi dan luas panen padi di Desa Tapus tidak menjadi tolak ukur untuk kesejahteraan petani, karena petani mengalami kesulitan

memasarkan hasil padinya pada saat musim panen raya tiba, karena melimpahnya padi/ gabah dipasar sehingga dan harga padi/gabah yang diterima petani tergolong cukup rendah. Hal ini dimanfaatkan oleh pedagang untuk membeli gabah dari petani dalam skala besar sebelum diolah menjadi beras, mengingat petani mempunyai kebutuhan mendesak, dan memiliki biaya biaya yang harus dibayarkan pasca usaha tani dan tidak hanya itu minimnya petani yang memiliki sarana penanganan pasca panen yang memadai.

Menurut Mardianto *et al.*, (2005), tinggi rendahnya harga ditingkat petani sangat tergantung pada pola pemasaran komoditas yang bersangkutan. Faktor terpenting dalam memperlancar pola pemasaran dari produsen ke konsumen adalah pemilihan saluran pemasaran yang digunakan tepat sehingga diperlukan analisis efisiensi pemasaran yang bertujuan mengetahui efisiensi atau tidaknya suatu saluran pemasaran tersebut. Oleh Karena itu, usaha meningkatkan pendapatan petani, sangat diperlukan termasuk pula usaha perbaikan di bidang pemasaran dan harga yang diterima petani, sebab tingkat harga dan stabilitas harga sangat berpengaruh bagi petani, semakin tinggi harga yang ditawarkan akan semakin menggiatkan petani dalam meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan pasar. perbaikan pemasaran pada dasarnya upaya perbaikan posisi tawar produsen kepada konsumen, pedagang kepada konsumen begitu juga. Tidak hanya itu produk, tempat, dan promosi yang digunakan juga menentukan proses pemasaran. Hal ini menjadikan perbaikan pemasaran sebagai kegiatan yang penting dalam penentuan pendapatan petani dan sebagai pembagunan pertanian guna pencapaian pemerataan swasembada pangan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran hasil padi rawa lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir ?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran hasil padi rawa lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir ?

3. Bagaimana strategi perbaikan pemasaran hasil padi rawa lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis saluran pemasaran hasil padi rawa lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir
2. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran hasil padi rawa lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir
3. Mendeskripsikan strategi perbaikan pemasaran hasil padi rawa lebak di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi permasalahan di masyarakat dan memberikan pengalaman secara langsung dalam melakukan penelitian
2. Bagi masyarakat, dan pihak yang berkepentingan dapat memberikan informasi dalam mengambil keputusan dan kebijakan sebagai bahan pertimbangan pengembangan usaha
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pustaka pada peneliti selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S.A., Sumarna, A dan Ferdiana, A. 2014. Analisis Tataniaga Dalam Usahatani Jambu Kristal (*Psidium Guajava L*) Suatu Kasus di Desa Jayi Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 2 (2), 8-32.
- Anindita, R., 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Surabaya: Papryus
- Arbi, M., Thirtawati, dan Yulian J., 2018. Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *JSEP*, 11 (1), 22-32.
- Ariwibowo, A. 2013. *Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi dan Beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Asmarataka, R.W., Atmakusuma, J., dan Muklif, Y.N. 2017. Pendekatan Ekonomi dan Manajemen Konsep Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(2), 151-172.
- Djamhari, S., 2009. Peningkatan Produksi Padi Di Lahan Lebak Sebagai Alternatif dalam Pengembangan Lahan Pertanian ke Luar Pulau Jawa. *Jurnal Sains dan Teknologi Indonesia*, 11 (1), 64 – 69.
- Firdaus, M., dan Ma'ruf., 2017. *Peningkatan Kinerja Padi Sawah Beras Merah Hibrida dengan Penambahan Unsur Hara Mikro Boron*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Hanum., 2008. *Teknik Budidaya Tanaman Jilid 2*. Jakarta: Direktorat pembinaan sekolah menengah kejuruan.
- Hermansyah, D., 2008. *Analisis Tataniaga Nenas Palembang*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Hurriyati, R., 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Istiqomah, R., 2010. *Analisis Tingkat Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Ikan Petani Lebak Lebung di Desa Rantau Panjang Ilir Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir*. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Kotler, P., 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Indeks. Jilid 1 dan II.
- _____, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Muliasari, A.A., 2009. *Optimasi Jarak Tanam dan Umur pada sawah (Oryza*

- sativa L.). Skripsi. Institut Pertanian Bogor.*
- Noor, M., 2007. *Rawa Lebak: Ekologi, Pemanfaatan, dan Pengembangannya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pramutoko, B., 2008. *Ekonomi dan Bisnis Internasional*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pratama, D., 2014. *Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Tanaman Kencur (Kaempferia Galanga L.) Di Kecamatan Argamakmur Kabupaten Bengkulu Utara*. Skripsi. Universitas Bengkulu.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian., 2017. *Komoditas Pertanian Subsektor Tanaman Pangan*. Jakarta : Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Rahmawati, A., 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Nenas Studi Kasus di Desa Cipelang, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Ramli, M., 2004. *Efesiensi dan Strategi Pemasaran Komoditas Pertanian di Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Riswani, Yunita, Elly, R., dan Trisnawati. 2014. Pola Pemasaran Produksi Padi Lahan Pasang Surut di Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Jurnal Lahan Suboptimal*, 3(2), 138-144.
- Rusmadi., 2016. Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern. *Jurnal Ilmiah Indonesia – ISSN* , (1), 2541-0849.
- Said., dan Intan., 2004. Manajemen Agribisnis. Jakarta : PT Ghalia Indonesia.
- Shinta, A., 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Soekartawi, J., 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Sudiono, A., 2004. *Pemasaran Pertanian*. Malang : UMM Press Malang.
- Sukirno, S., 2010. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sutarno, dan Suswadi., 2018. Analisis Saluran Pemasaran dan Tingkatan Petani Organik di Kabupaten Boyolali. *Jurnal AGRINECA* ,18 (1), 58-72.