

**ANALISIS PEMASARAN BERAS PETANI RAWA LEBAK DI  
DESA PELABUHAN DALAM KECAMATAN PEMULUTAN  
KABUPATEN OGAN ILIR**

**Oleh  
AYU INDIRASARI**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2012**

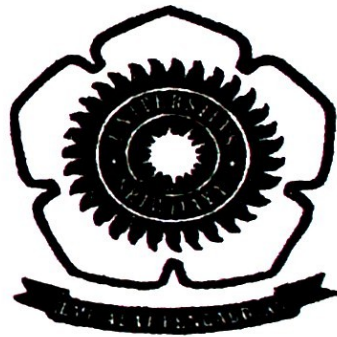
R 22138  
22602

633.107  
Ayu  
a  
C/11 → 130400  
2012



**ANALISIS PEMASARAN BERAS PETANI RAWA LEBAK DI  
DESA PELABUHAN DALAM KECAMATAN PEMULUTAN  
KABUPATEN OGAN ILIR**

**Oleh  
AYU INDIRASARI**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2012**

## SUMMARY

**AYU INDIRASARI.** The marketing analysis of lowland swamp rice farmer Pelabuhan Dalam Village Pemulutan District Ogan Ilir Regency (supervised by **MIRZA ANTONI** and **MARYANAH HAMZAH**).

This purposes of this research are to (1) describe the marketing channel of lowland rice, (2) describe the marketing mechanism of lowland rice based on process criteria and price criteria, (3) determine the efficiency grade of marketing agencies seen from marketing margin, marketing profit, and farmer's share, (4) analyze and describe the most efficient marketing channel considered by the efficiency grade of each marketing channel in Pelabuhan Dalam Village Pemulutan District Ogan Ilir Regency.

This research was done in Pelabuhan Dalam Village Pemulutan District Ogan Ilir Regency from April to May 2012. The location was selected purposively. The sampling method used for the samples of farmers was simple random sampling, meanwhile for the samples of marketing agents was snowball sampling. The data derived were primer data and secondary data.

The result of the research proved that there were two marketing channels of processed rice of lowland swamp rice in Pelabuhan Dalam Village; the marketing channel 1 is from farmers to the agents, then to customers, and in the marketing channel 2 is from farmers to the agents, then to the wholesalers, then to the retailers and finally to the customers. The marketing mechanism of processed rice of lowland swamp rice based on process criteria had the payment transaction done among the

agents and the farmers, the wholesalers and the agents, and the retailers and the wholesalers in cash. The implication of the correlation between farmers and marketing agencies were kinship, customers, neighbors, and allowed to borrow money. The correlation of each marketing agency was due to get informed by other agencies in order to be customers.

The marketing mechanism based on price criteria was in the marketing channel 1, the purchasing price of unhulled rice in the level 1 agent and level 2 agent was Rp 6.300/kg and the selling price of rice to the customers at price Rp 7.000/kg. Meanwhile, in the marketing channel 2, the purchasing price in the agents level was Rp 6.600/kg, then the selling price of branded rice in the agent level was Rp 7.500/kg for BPS and AAA rice brands, and to Topi Koki brand rice was Rp 7.600/kg. In the level of retailer, the selling price of BPS and AAA rice brands was Rp 7.800/kg, while Topi Koki rice brand's selling price was Rp 7950/kg. The efficiency value of marketing in each marketing agency was considered efficient in processing marketing activities of processed rice of lowland swamp. The most efficient marketing agency was the agents in the marketing channel 1 with efficiency grade average 0.70 %. The most share farmers received was 90.00% where the farmers sold the unhulled rice to the agents and processed to be rice to sell to the customers in the marketing channel 1. The most efficient marketing channel was the marketing channel 1, that was from farmers to the agents, then to the customers. It was seen from small margin and marketing cost, and high profit and farmer's share.

## RINGKASAN

**AYU INDIRASARI.** Analisis Pemasaran Beras Petani Rawa Lebak Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir (dibimbing oleh **MIRZA ANTONI dan MARYANAH HAMZAH**).

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan saluran pemasaran padi lebak, (2) mendeskripsikan mekanisme pemasaran padi lebak berdasarkan kriteria proses dan kriteria harga, (3) menghitung tingkat efisiensi lembaga pemasaran yang dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*), (4) menganalisis dan mendeskripsikan saluran pemasaran yang paling efisien dilihat dari besarnya tingkat efisiensi masing-masing saluran pemasaran di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir pada bulan April sampai Mei 2012. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Metode penarikan contoh yang digunakan untuk petani contoh adalah metode acak sederhana (*simple random sampling*) sedangkan untuk pedagang contoh adalah metode penelusuran (*snowball sampling*). Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran beras olahan padi rawa lebak di Desa Pelabuhan Dalam yaitu pada saluran pemasaran I dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke konsumen dan pada saluran pemasaran II dari petani ke pedagang pengumpul, selanjutnya ke pedagang besar lalu ke pengecer dan berakhir di konsumen. Mekanisme pemasaran beras olahan padi

rawa lebak berdasarkan kriteria proses, transaksi pembayaran yang dilakukan antara pedagang pengumpul dan petani, pedagang besar dan pedagang pengumpul serta pengecer dan pedagang besar dilakukan secara tunai. Keterlibatan hubungan petani dan lembaga pemasaran yaitu hubungan keluarga, langganan, tetangga dan bisa meminjam uang. Hubungan setiap lembaga pemasaran yaitu karena dapat informasi dari teman sesama pedagang sehingga menjadi langganan.

Mekanisme pemasaran berdasarkan kriteria harga yaitu pada saluran pemasaran I, harga beli gabah di tingkat pedagang pengumpul I dan II sebesar Rp 6300/kg dan di jual dalam bentuk beras asalan ke konsumen dengan harga Rp 7000/kg. Sedangkan pada saluran pemasaran II, harga beli beras asalan di tingkat pedagang besar sebesar Rp 6600/kg, kemudian harga jual beras ber merk di tingkat pedagang besar sebesar Rp 7500/kg untuk merk beras BPS dan AAA dan untuk merk beras topi koki sebesar Rp 7600/kg. Di tingkat pedagang pengecer, harga jual beras ber merk untuk beras BPS dan AAA sebesar Rp 7800/kg, sedangkan untuk beras Topi Koki sebesar Rp 7950/kg. Nilai efisiensi pemasaran di tiap lembaga pemasaran tergolong efisien dalam melakukan kegiatan pemasaran beras olahan padi lebak. Lembaga pemasaran yang paling efisien adalah pedagang pengumpul pada saluran pemasaran I dengan rata-rata nilai efisiensi sebesar 0,70 persen. Bagian yang diterima petani terbesar adalah 90,00 persen dimana petani menjual gabah mereka ke pedagang pengumpul dan diolah menjadi beras asalan untuk dijual ke konsumen pada saluran pemasaran I. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I yaitu dari petani ke pedagang pengumpul lalu ke konsumen. Ini dilihat dari margin dan biaya pemasaran kecil, keuntungan dan *farmer's share* tinggi.

**ANALISIS PEMASARAN BERAS PETANI RAWA LEBAK DI  
DESA PELABUHAN DALAM KECAMATAN PEMULUTAN  
KABUPATEN OGAN ILIR**

**Oleh  
AYU INDIRASARI**

**SKRIPSI**  
**sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar**  
**Sarjana Pertanian**

**pada**

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

**INDRALAYA  
2012**

**Skripsi**

**ANALISIS PEMASARAN BERAS PETANI RAWA LEBAK DI  
DESA PELABUHAN DALAM KECAMATAN PEMULUTAN  
KABUPATEN OGAN ILIR**

**Oleh  
AYU INDIRASARI  
05081004051**

**telah diterima sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian**

**Indralaya, 20 September 2012**

**Pembimbing I**

  
**Ir. Mirza Antoni, M.Si**

**Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya**

**Pembimbing II**

  
**Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S**

**Dekan**

  
**Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S  
NIP. 19521028 197503 1 001**



**Skripsi berjudul "Analisis Pemasaran Beras Petani Rawa Lebak di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir" oleh Ayu Indirasari telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 29 Agustus 2012.**

**Komisi Penguji**

- |   |                   |   |
|---|-------------------|---|
| <b>1. Ir. Mirza Antoni, M.Si</b>          | <b>Ketua</b>      | (.....  .....)   |
| <b>2. Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S</b>    | <b>Sekretaris</b> | (.....  .....)   |
| <b>3. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si</b> | <b>Anggota</b>    | (.....  .....)  |
| <b>4. Ir. Hj. Lifiанти, M.Si</b>          | <b>Anggota</b>    | (.....  .....) |
| <b>5. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si</b>   | <b>Anggota</b>    | (.....  .....) |

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian**



**Ir. M. Yazid, M.Sc. Ph.D.**  
**NIP.19620510 198803 1 002**

**Mengesahkan**

**Ketua Program Studi  
Agribisnis**



**Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S.**  
**NIP.19540204 198010 2 001**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa dengan sesungguhnya seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya adalah hasil penelitian saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Indralaya, September 2012

Yang Membuat Pernyataan



Ayu Indirasari

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Inderalaya, pada tanggal 07 September 1991 dan merupakan anak Ketiga dari tiga bersaudara pasangan dari M. Yusuf Hambali, S.Sos dan Kasianah, S.Pd. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SDN 02 Inderalaya, kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 01 Inderalaya. Melanjutkan ke sekolah menengah atas di SMA Negeri 03 Unggulan Kayu Agung yang diselesaikan pada tahun 2008.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis pada tahun 2008 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Penulis telah menyelesaikan Praktik Lapangan yang berjudul “Pemasaran Tanaman Jagung Manis (*Zea mays saccharata*) di Lahan Praktik Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya“ pada bulan Oktober 2011 – Januari 2012.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi hasil penelitian yang berjudul “Analisis Pemasaran Beras Petani Rawa Lebak di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir”. Usaha penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta saran dari semua pihak. Pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat jasmani dan rohani serta memberikan kesempatan hidup.
2. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, perhatian, kasih sayang dan dukungan baik moril maupun materil serta saudaraku tersayang Yustiana Dewi, Anton Akhmad Akbar dan Amrah Ridho yang telah memberikan perhatian, motivasi dan doanya selama ini. Keponakanku tersayang M. Syauqi Al-Faaizi yang telah memberikan senyuman termanisnya.
3. Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si dan Ibu Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S selaku pembimbing pertama dan kedua yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Semua tim penguji, ketua Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si., sekretaris Ibu Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S., Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si., Ibu Ir. Hj. Lifianthi, M.Si., dan Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si., yang telah bersedia

menjadi komisi penguji. Terima kasih atas saran yang diberikan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

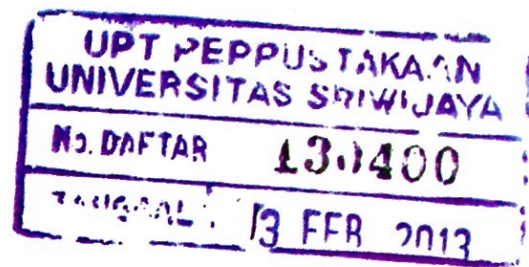
5. Kepala Desa, Sekretaris Desa, PPL dan seluruh masyarakat di Desa Pelabuhan Dalam yang telah memberikan membantu kepada penulis dalam pengumpulan data dan informasi saat penelitian.
6. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya, terima kasih atas bantuan dan keikhlasannya dalam membimbing dan mendidik penulis.
7. Seluruh Karyawan Administrasi dan Staf TU di Jurusan Sosek Fakultas Pertanian Unsri yang turut serta membantu penulis selama ini.
8. Semua rekan seperjuangan dari Program Studi Agribisnis dan Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian angkatan 2008 yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan persahabatan selama ini.
9. Sahabat-sahabat terbaikku : Mira, Unggul, Nur, Dini, Yanti, Lisa, Mitha, Mba Witha, Mba Norma, Cici, Anggi, Santri, Ardi, Ebi, Dika, Enda, Elsa dan Rismala terima kasih atas dukungan, pengertian dan kebersamaan kita selama ini.

Akhirnya, Penulis mengharapkan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Indralaya, September 2012



Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan.....	8
<b>II. KERANGKA PENELITIAN</b>	
A. Tinjauan Pustaka .....	9
1. Konsepsi Tanaman Padi .....	9
2. Konsepsi Lahan Rawa Lebak .....	11
3. Konsepsi Pemasaran.....	12
4. Konsepsi Saluran Pemasaran dan Lembaga Pemasaran .....	16
5. Konsepsi Biaya Pemasaran .....	18
6. Konsepsi Margin Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran .....	20
7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran.....	21
8. Konsepsi Harga .....	22
9. Konsepsi Mekanisme Pemasaran .....	23
B. Model Pendekatan .....	24
C. Hipotesis.....	26

	<b>Halaman</b>
D. Batasan Operasional .....	28
<b>III. PELAKSANAAN PENELITIAN</b>	
A. Tempat dan Waktu .....	31
B. Metode Penelitian.....	31
C. Metode Penarikan Contoh.....	31
D. Metode Pengumpulan Data .....	33
E. Metode Pengolahan Data .....	33
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Keadaan Umum Daerah .....	36
1. Letak dan Batas Wilayah Penelitian .....	36
2. Geografi dan Topografi .....	36
3. Penduduk dan Mata Pencaharian.....	37
4. Sarana dan Prasarana .....	39
B. Karakteristik Petani dan Pedagang.....	40
1. Petani .....	40
2. Pedagang Pengumpul.....	42
3. Pedagang Besar.....	43
4. Pedagang Pengecer .....	44
C. Saluran Pemasaran Padi Lebak .....	44
1. Pedagang Pengumpul.....	47
2. Pedagang Besar.....	48
3. Pedagang Pengecer .....	50
D. Mekanisme Pemasaran Padi Lebak .....	50

	<b>Halaman</b>
1. Mekanisme pemasaran berdasarkan kriteria proses.....	50
2. Mekanisme pemasaran berdasarkan kriteria harga.....	54
E. Tingkat Efisiensi Pemasaran Padi Lebak .....	55
1. Biaya Pemasaran.....	55
2. Marjin Pemasaran .....	57
3. Keuntungan Pemasaran.....	60
4. Efisiensi Pemasaran .....	63
5. <i>Farmer's Share</i> .....	67
V. Kesimpulan dan Saran	
1. Kesimpulan .....	69
2. Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN .....	74



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1. Data luas panen dan produksi padi sawah di provinsi sumatera selatan per Kabupaten/Kota tahun 2010.....	4
2. Data luas panen dan produksi padi sawah di Kabupaten Ogan Ilir per Kecamatan tahun 2010.....	5
3. Subjek penelitian dan jumlah sampel.....	32
4. Jumlah penduduk Desa Pelabuhan Dalam berdasarkan kelompok Usia, 2011 .....	37
5. Jumlah penduduk Desa Pelabuhan Dalam berdasarkan tingkat Pendidikan, 2011 .....	38
6. Komposisi mata pencaharian penduduk Desa Pelabuhan Dalam, September 2011 .....	39
7. Jumlah dan jenis sarana transportasi di Desa Pelabuhan Dalam, September 2011 .....	40
8. Tingkat umur petani contoh di Desa Pelabuhan Dalam, 2011 .....	41
9. Tingkat pendidikan kepala keluarga (KK) petani rawa lebak di Desa Pelabuhan Dalam, 2011 .....	41
10. Jumlah anggota rumah tangga petani di Desa Pelabuhan Dalam, September 2011 .....	42
11. Tingkat umur pedagang pengumpul di Desa Pelabuhan Dalam, September 2011 .....	42
12. Tingkat pendidikan pedagang pengumpul Desa Pelabuhan Dalam, 2011 .....	43
13. Proses transaksi pemasaran beras yang dilakukan di Desa Pelabuhan Dalam, 2010 .....	50
14. Hubungan antar pelaku pemasaran yang terlibat antara petani dan Pedagang pengumpul di Desa Pelabuhan Dalam, 2010.....	51

15. Hubungan antar pelaku pemasaran yang terlibat antara Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer di Desa Pelabuhan Dalam, 2010` .....	53
16. Harga beli di tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran, 2010.....	54
17. Komponen dan besar biaya pemasaran beras di Tingkat Pedagang Pengumpul di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	56
18. Komponen dan besar biaya pemasaran beras di Tingkat Pedagang besar di Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	57
19. Komponen dan besar biaya pemasaran beras di Tingkat Pedagang Pengecer di Kawasan Pasar 16 Ilir, September 2010.....	58
20. Marjin Pemasaran Beras Olahan Padi Lebak pada Saluran Pemasaran I, September 2010 .....	58
21. Marjin pemasaran beras olahan padi lebak pada Saluran Pemasaran II, September 2010 .....	59
22. Rata-rata Keuntungan pemasaran beras olahan padi lebak pada saluran pemasaran I di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	61
23. Total keuntungan pemasaran beras di Tingkat Pedagang pengumpul di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	61
24. Keuntungan Pemasaran Beras di Tingkat Pedagang Besar di Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	62
25. Keuntungan Pemasaran Beras di Tingkat Pedagang Pengecer di Kawasan Pasar 16 Ilir, September 2010 .....	63
26. Nilai efisiensi pemasaran pada Saluran Pemasaran I bulan September 2010.....	64
27. Efisiensi pemasaran Beras di tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Pemulutan bulan September 2010.....	65
28. Efisiensi pemasaran Beras di tingkat pedagang besar di Kecamatan Pemulutan bulan September 2010.....	65
29. Efisiensi pemasaran Beras di tingkat pedagang pengecer di Kawasan Pasar 16 Ilir, bulan September 2010.....	66

	<b>Halaman</b>
30. Nilai efisiensi pemasaran pada Saluran Pemasaran II bulan September 2010.....	66
31. Rata-rata Bagian diterima petani di Desa Pelabuhan Dalam, 2010 .....	67

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1. Gambar Saluran Pemasaran Secara Umum.....	17
2. Model pendekatan secara diagramatik .....	25
3. Skema saluran pemasaran padi lebak di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan.....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
1. Peta Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan, 2011 .....	75
2. Identitas Petani Padi Lebak Di Desa Pelabuhan Dalam, 2010.....	76
3. Identitas Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer Beras Olahan Padi Lebak Di Kecamatan Pemulutan, 2010 ..	77
4. Varietas, bentuk produksi, produksi dalam bentuk asli dan konversi, biaya pemasaran, total biaya pemasaran dan harga jual di tingkat petani Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	78
5. Varietas Beras Olahan Padi Lebak, Volume Penjualan dan Pembelian serta harga jual dan harga beli beras olahan padi lebak di tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	80
6. Merk produk, volume penjualan dan pembelian serta harga jual dan harga beli beras olahan padi lebak di tingkat pedagang besar di Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	81
7. Merk produk, volume penjualan dan pembelian serta harga jual dan harga beli beras olahan padi lebak di tingkat pedagang pengecer di Kawasan Pasar 16 Ilir Palembang, September 2010.....	82
8. Komponen dan besar biaya pemasaran beras olahan padi lebak di tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Pemulutan bulan September 2010.....	83
9. Komponen dan besar biaya pemasaran beras olahan padi lebak di tingkat pedagang besar di Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	84
10. Komponen dan besar biaya pemasaran beras olahan padi lebak di tingkat pedagang pengecer di Kawasan Pasar 16 Ilir Palembang bulan September 2010.....	85
11. Perhitungan Marjin pemasaran beras olahan padi lebak pada saluran Pemasaran I di Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	86

	<b>Halaman</b>
12. Perhitungan Marjin pemasaran beras di tingkat pedagang pengumpul saluran pemasaran II di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	87
13. Perhitungan Marjin pemasaran beras di tingkat pedagang besar pada saluran pemasaran II di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	88
14. Perhitungan Marjin pemasaran beras di tingkat pedagang pengecer pada saluran pemasaran II di Kawasan Pasar 16 Ilir Palembang, September 2010 .....	89
15. Perhitungan marjin pemasaran beras di Kecamatan Pemulutan pada saluran pemasaran II.....	90
16. Keuntungan pemasaran beras olahan padi lebak pada saluran Pemasaran I di Kecamatan Pemulutan bulan September 2010 .....	91
17. Keuntungan pemasaran beras di tingkat pedagang pengumpul pada saluran pemasaran II di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	92
18. Keuntungan pemasaran beras di tingkat pedagang besar pada saluran pemasaran II di Kecamatan Pemulutan bulan September 2010 .....	93
19. Keuntungan pemasaran beras olahan padi lebak di tingkat pedagang pengecer pada saluran pemasaran II di Kawasan Pasar 16 Ilir Palembang bulan September 2010 .....	94
20. Perhitungan Efisiensi pemasaran beras olahan padi lebak pada saluran pemasaran I di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	95
21. Efisiensi pemasaran beras di tingkat pedagang pengumpul pada saluran pemasaran II di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	96
22. Efisiensi pemasaran beras di tingkat pedagang besar pada saluran pemasaran II di Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	97
23. Efisiensi pemasaran beras di tingkat pedagang pengecer pada saluran pemasaran II di Kawasan Pasar 16 Ilir Palembang, September 2010..	98
24. Perhitungan Efisiensi Pemasaran Beras Olahan Padi Lebak pada Saluran Pemasaran II di Kecamatan Pemulutan, September 2010 .....	99
25. Perhitungan <i>Farmer's share</i> pada saluran pemasaran I di Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	100
26. Perhitungan <i>Farmer's share</i> pada saluran pemasaran II di Kecamatan Pemulutan, September 2010.....	101

## I. PENDAHULUAN



### A. Latar Belakang

Sektor pertanian khususnya pertanian pangan (komoditas padi) ialah sektor yang sangat strategis dan potensial untuk dijadikan sebagai sektor andalan (*leading sector*) dalam pembangunan ekonomi Indonesia di masa yang akan datang. Alasannya, komoditas padi selain sebagai makanan pokok juga sebagai sumber penghasilan bagi sebagian besar penduduk Indonesia, baik sebagai petani produsen maupun sebagai buruh tani (Ilham, 2010).

Pada sektor pertanian, padi yang merupakan makanan pokok masyarakat tentunya menjadi perhatian utama dan menjadi tanaman dominan yang ditanam para petani. Pada tahun 2010 luas lahan tanam padi meningkat bila dibandingkan luas lahan tanam padi di tahun 2009 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Ilir, 2010).

Pertanian erat hubungannya dengan areal persawahan, dimana areal persawahan saat ini mengalami penyusutan. Hal ini terjadi karena adanya persaingan dalam penggunaan lahan dan semakin pesatnya perubahan fungsi lahan subur untuk keperluan usaha non pertanian. Oleh sebab itu diperlukan alternatif untuk mengatasi permasalahan semakin menyempitnya lahan pertanian di Indonesia. Pemanfaatan lahan rawa lebak merupakan alternatif yang dapat dipilih untuk mengatasi permasalahan tersebut (Aluhlangkar, 2008).

Lahan rawa adalah lahan basah sepanjang tahun atau lahan yang mempunyai drainase buruk dan tidak bisa dikeringkan. Rawa ini terbagi lagi atas rawa lebak, rawa gambut, dan rawa biasa. Rawa lebak biasanya terdapat di sepanjang aliran

sungai yang terpengaruh dengan pasang surut air laut, tetapi tidak mempunyai sifat air laut. Berbeda dengan rawa pasang surut, rawa pasang surut adalah rawa yang terletak di sepanjang pantai atau bibir sungai yang airnya dipengaruhi oleh air laut dan sekaligus mempunyai sifat yang sama dengan air laut (Daniel dalam Laila, 2005).

Lahan rawa lebak memiliki potensi dan prospek besar untuk dimanfaatkan sebagai areal produksi pertanian, khususnya padi dan merupakan salah satu pilihan strategis bagi peningkatan produksi pangan nasional dan dapat dijadikan sebagai lahan abadi untuk mempertahankan produksi pangan nasional. Petani lokal lahan rawa lebak sejak lama dan sudah lebih dari ratusan tahun memanfaatkan lahan rawa untuk bercocok tanam padi, palawija dan berbagai jenis tanaman hortikultura. Padi merupakan tanaman utama dan dapat dikembangkan hampir semua jenis lahan rawa lebak dari lahan rawa lebak dangkal sampai ke lahan rawa lebak dalam (Mangdeska, 2009).

Sumatera Selatan sebagai salah satu Provinsi Lumbung Pangan, tidak terlepas dari tersedianya potensi sumber daya lahan yang cukup variatif, mulai dari lahan sawah irigasi, tadah hujan, rawa pasang surut, lebak dan lahan kering. Selain juga memiliki komoditas unggulan lain seperti jagung, kacang tanah, ubu kayu, ubi jalar, komoditas sayuran dan buah - buahan.

Pada tahun 2010, rata-rata produksi padi (padi sawah dan padi ladang) per hektar di Provinsi Sumatera Selatan mencapai 42,53 kuintal per ha, meningkat dari 41,87 kuintal per ha pada tahun 2009. Perbandingan produksi per hektar padi sawah dan padi ladang menunjukkan bahwa rata-rata produksi padi sawah selalu lebih tinggi dibandingkan dengan padi ladang. Hal ini disebabkan padi sawah mendapatkan



pengairan yang baik dan teratur dibandingkan dengan padi ladang. Di tahun 2010, rata-rata produksi per hektar padi sawah mencapai 44,06 kuintal per ha, sedangkan rata-rata produksi padi ladang sebesar 29,21 kuintal per ha. Jika dibandingkan rata-rata produksi padi ladang tahun 2009 sebesar 26,68 kuintal per ha, produksi padi ladang tahun 2010 meningkat. Pada tahun 2010, nilai produksi padi ladang meningkat sebesar 29,05 persen atau mencapai 231.417 ton dibanding produksi tahun 2009 yang sebesar 179.322 ton. Demikian juga dengan produksi sawah yang dari tahun ke tahun selalu meningkat. Pada tahun 2010, produksi padi sawah mencapai 3.041.034 ton. Kenaikannya sebesar 3,23 persen dibanding tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan, 2011).

Luas lahan rawa kini mencapai 24% (33,4 juta ha) dari total luas lahan keseluruhan di Indonesia dengan 59,8% (20 juta ha) terdiri atas lahan rawa pasang surut dan 40,2% (13,4 juta ha) terdiri atas lahan rawa lebak. Sementara itu di Sumatera Selatan lahan rawa pasang surut dan lahan rawa lebak terbagi atas lahan potensial dan lahan fungsional, yakni masing-masing lahan rawa pasang surut terdiri atas 71% (379.450 ha) lahan potensial serta 29% (156.763 ha) lahan fungsional dan lahan rawa lebak terdiri atas 72% (129.062 ha) lahan potensial serta 28% (45.992 ha) lahan fungsional (Workshop Pengembangan Lahan Sub Optimal Melalui Peningkatan Keterpaduan Kerjasama Pelaku Inovasi Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Nasional, 2012).

Sumatera Selatan merupakan salah satu propinsi yang mempunyai banyak lahan rawa. Berikut ini data luas panen dan produksi padi sawah di Provinsi Sumatera Selatan per kabupaten/kota tahun 2011.

Tabel 1. Data luas panen dan produksi padi sawah di provinsi Sumatera Selatan per kabupaten/kota tahun 2010

No	Kecamatan	Luas Panen (ha)	Luas Panen (%)	Produksi (Ton)	Produksi (%)
1.	Musi Rawas	45.845	6,46	220.497	6,94
2.	Muara Enim	31.514	4,44	136.892	4,31
3.	Musi Banyuasin	53.651	7,56	239.165	7,53
4.	OKI	125.344	1,66	533.700	16,80
5.	Banyuasin	189.093	26,64	817.028	25,72
6.	OKU Timur	119.483	16,83	620.894	19,55
7.	OKU	7.019	0,99	27.862	0,88
8.	Lahat	27.342	3,85	112.509	3,54
9.	Ogan Ilir	47.146	6,64	196.859	6,20
10.	Prabumulih	461	0,06	1.857	0,06
11.	Lubuk Linggau	3.665	0,52	14.358	0,45
12.	Empat Lawang	26.626	3,75	117.110	3,69
13.	OKU Selatan	20.476	2,88	86.353	2,72
14.	Pagaralam	7.404	1,04	31.623	1,00
15.	Palembang	4.852	0,68	20.023	0,63
Total		709.921	100,00	3.176.730	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan , 2011.

Dari Tabel 1 dapat dilihat jenis usaha padi sawah di Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2011 memiliki lahan dengan luas 709.921 hektar dan produksi sebesar 3.176.730 ton. Hal ini menunjukkan betapa besarnya produksi padi sawah untuk dikembangkan guna menopang perekonomian rakyat. Bila dilihat dari sisi penyerapan tenaga kerja, maka usaha tani padi sawah ini mampu menyerap ribuan petani padi. Besarnya jumlah petani yang menggantungkan hidupnya pada komoditas padi sawah ini, sudah barang tentu merupakan aset yang harus di manfaatkan, sebagai upaya meningkatkan hasil produksi padi sawah dalam rangka meningkatkan ekspor beras.

Salah satu kabupaten yang banyak memiliki lahan rawa adalah Kabupaten Ogan Ilir. Wilayah Kabupaten Ogan Ilir merupakan hamparan dataran rendah berawa yang

sangat luas, cukup potensial dan ekonomis berada hampir di seluruh kecamatan. Di Kabupaten Ogan ilir banyak terdapat lahan rawa lebak yang memiliki potensi nilai ekonomis. Pada Tabel 2 menyajikan data luas panen dan produksi padi sawah menurut kecamatan di Kabupaten Ogan Ilir.

Tabel 2. Data luas panen dan produksi padi sawah di Kabupaten Ogan Ilir per kecamatan tahun 2010

No	Kecamatan	Luas Panen (ha)	Luas Panen (%)	Produksi (Ton)	Produksi (%)
1.	Muara Kuang	3.900	8,29	16.166	8,29
2.	Rambang Kuang	-	-	-	-
3.	Lubuk Keliat	4.421	9,39	18.333	9,40
4.	Tanjung Batu	-	-	-	-
5.	Payaraman	-	-	-	-
6.	Rantau Alai	3.660	7,78	15.136	7,76
7.	Kandis	2.551	5,42	10.556	5,41
8.	Tanjung Raja	3.920	8,33	16.229	8,32
9.	Rantau Panjang	3.539	7,52	14.657	7,51
10.	Sungai Pinang	3.036	6,45	12.569	6,44
11.	Pemulutan	7.250	15,40	30.115	15,44
12.	Pemulutan Selatan	3.636	7,73	15.053	7,72
13.	Pemulutan Barat	2.849	6,05	11.795	6,05
14.	Indralaya	4.965	10,55	20.555	10,54
15.	Indralaya Utara	1.450	3,08	6.022	3,09
16.	Indralaya Selatan	1.890	4,02	7.852	4,03
Total		47.067	100,00	195.038	100,00

Sumber : Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Ketahanan Pangan Kabupaten Ogan Ilir , 2011.

Tabel 2 menunjukkan bahwa Kabupaten Ogan Ilir memiliki potensi yang cukup besar dalam bidang pertanian terlebih pada padi sawah. Pemulutan merupakan kecamatan yang luas panen dan hasil produksi padi tertinggi yaitu dengan luas lahan sebesar 7.250 ha dan total produksi sebesar 30.115 ton. Kecamatan Pemulutan terdiri dari 25 Desa. Salah satu desa yang menghasilkan padi lebak di kecamatan Pemulutan yang memiliki potensi areal sawah lebak adalah Desa Pelabuhan Dalam.

Penduduk di Desa Pelabuhan Dalam sebagian besar bermatapencaharian sebagai petani padi lebak. Desa pelabuhan dalam terletak cukup jauh dari daerah perkotaan atau daerah pusat perdagangan. Lokasi yang jauh dari pusat perdagangan mengharuskan adanya kelancaran transportasi dari desa menuju perkotaan dan sebaliknya, sehingga terkadang menghambat proses perdagangan atau pemasaran yang akan dilakukan di desa tersebut.

Rantai pemasaran yang terjadi di Desa Pelabuhan Dalam adalah petani di desa ini menjual hasil gabah mereka pada pedagang pengumpul. Di pedagang pengumpul gabah tersebut digiling untuk menghasilkan beras, kemudian beras tersebut langsung dijual oleh pedagang pengumpul ke pedagang besar. Lalu dari pedagang besar beras tersebut dijual ke pedagang pengecer dan dari pedagang pengecer langsung menjual ke konsumen.

Secara teori semakin panjang rantai pemasaran yang dilalui padi lebak maka semakin mahal pula harga yang diperoleh oleh konsumen dan semakin sedikit bagian yang akan diterima petani. Hal ini disebabkan pelaksanaan fungsi pemasaran di masing-masing lembaga pemasaran berbeda-beda, tergantung kebijaksanaan lembaga yang bersangkutan.

Keefisienan suatu sistem pemasaran juga sangat diperlukan dalam penyampaian hasil – hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah – murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang terkait dalam suatu proses pemasaran. Keefisienan dapat juga dilihat dari besarnya margin pemasaran, bagian yang diterima petani walaupun hal ini tidak selalu mutlak dapat dijadikan sebagai ukuran.

Proses pembentukan harga padi lebak pada setiap lembaga berbeda-beda, hal ini terjadi karena adanya perbedaan biaya yang dikeluarkan dengan keuntungan yang diterima oleh masing-masing lembaga. Transaksi pembayaran yang dilakukan pedagang pengumpul kepada petani dalam proses jual beli padi dilakukan secara tunai. Hal ini disebabkan karena sebagian besar petani membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, serta mata pencaharian pokok para petani hanya menjadi petani padi, sehingga para petani sangat membutuhkan uang dari menjual padi. Pembayaran secara tunai dipilih karena ingin cepat mendapatkan uang sehingga dapat mencukupi kebutuhan hidup petani sehari-hari.

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk menganalisis masalah pemasaran padi lebak di Desa Pelabuhan Dalam. Pemilihan desa ini didasarkan pada luas areal yang dimiliki dan juga adanya akses transportasi yang cukup lancar yang memudahkan peneliti.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang dikemukakan di atas, permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran padi lebak di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir ?
2. Bagaimana mekanisme pemasaran padi lebak berdasarkan kriteria proses dan kriteria harga di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir ?
3. Berapa besar tingkat efisiensi pemasaran padi lebak di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir ?

4. Saluran pemasaran manakah yang paling efisien dilihat dari besarnya tingkat efisiensi pemasaran ?

### **C. Tujuan dan Kegunaan**

Adapun tujuan dan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran padi lebak di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir.
2. Mendeskripsikan mekanisme pemasaran padi lebak berdasarkan kriteria proses dan kriteria harga di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir.
3. Menghitung tingkat efisiensi lembaga pemasaran yang dilihat dari margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir.
4. Menganalisis dan mendeskripsikan saluran pemasaran yang paling efisien dilihat dari besarnya tingkat efisiensi masing-masing saluran pemasaran.

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi petani bagaimana sistem pemasaran padi yang efisien yang dapat menghasilkan bagi petani itu sendiri di Desa Pelabuhan Dalam Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir. Selain itu juga dapat berguna sebagai bahan tambahan pustaka bagi pembaca atau bagi penelitian sejenis.

## DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 1992. *Budidaya Tanaman Padi*. Kanisius. Yogyakarta.
- Agustianto. 2009. *Introduksi Sejarah Ekonomi Islam*. (Online). (<http://www.agustianticentre.com>, diakses 09 Maret 2012).
- Aluhlangkar. 2008. *Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Pertanian Lahan Rawa Lebak*. (Online). (<http://aluhlangkar.blogspot.com/2008/08/rawa-lebak.html>, diakses tanggal 09 Maret 2012).
- Andri, P. 2010. *Pengertian Mekanisme Pasar Dalam Bidang Pemasaran*. (Online). ([http://www.gamelseven.wordpress.com/mechanisme pasar](http://www.gamelseven.wordpress.com/mechanisme_pasar), diakses 09 Maret 2012).
- Badan Pusat Statistik. 2011. *Ogan Ilir dalam Angka 2010*. BPS. Ogan Ilir.
- Badan Pusat Statistik. 2011. *Rata – rata produksi padi sawah dan padi lebak tahun 2010*. BPS. Sumatera Selatan.
- Brahmana, W. 2009. *Strategi Pemasaran dan Tingkat Keuntungan Pembibitan Karet di Desa Lembak Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim*. Skripsi. Universitas Sriwijaya. Indralaya (tidak dipublikasikan).
- Daniel, M. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan. 2011. *Statistik Tanaman Pangan dan Hortikultura Periode 2006-2010*. Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura. Sumatera Selatan.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ilham, 2010. *Artikel Analisis Pemasaran Komoditas Padi*. (Online). ([http://www.google.com/analisis\\_pemasaran\\_komoditas\\_padi](http://www.google.com/analisis_pemasaran_komoditas_padi), diakses 08 Maret 2012).
- Kantor Kepala Desa Pelabuhan Dalam. 2011. *Profil Desa Pelabuhan Dalam Tahun 2011*. Kecamatan Pemulutan. Kabupaten Ogan Ilir.
- Kotler, P. 2006. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.

- Laila, S. 2005. Analisis Intensitas Penggunaan Lahan Hubungannya dengan Tingkat Keuntungan dan Sistem Bagi Hasil pada Usahatani Padi Rawa Lebak di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Skripsi. Universitas Sriwijaya. Indralaya (tidak dipublikasikan).
- Limbong, W. H dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor (Tidak Dipublikasikan).
- Mangdeska. 2009. Tugas Budidaya Padi di Lahan Lebak. (Online). (<http://www.mangdeska.com/2009/08/tugas-budidaya-padi-di-lahan-lebak.html>, diakses 09 Maret 2012).
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian Pendidikan Penerangan Ekonomi Nasional. Jakarta.
- Mubyarto. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian Pendidikan Penerangan Ekonomi Nasional. Jakarta.
- Mursid. 2003. Manajemen Pemasaran. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Najiyati, S dan L. Muslihat. 2005. Mengenal Tipe Lahan Rawa Gambut. (Online). (<http://www.google.co.id/search>, diakses tanggal 09 Maret 2012).
- Prasetyo, Furukawa dan Neuzil. 1990. Budidaya Padi di Lahan Lebak. (Online). ([www.mangdeska.com](http://www.mangdeska.com).tugas kuliah-tembolok, diakses 09 Maret 2012).
- Rahardi, F. N dan R. Krisnawati. 2004. Agribisnis Terpadu. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahim dan Hastuti, D.R. 2004. Pengantar Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sirait, T. E. 2006. Analisis Pemasaran Beras Petani Padi Lebak Di Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir. Skripsi. Universitas Sriwijaya. Indralaya (tidak dipublikasikan).
- Soekartawi. 2001. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasinya. Rajawali Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2007. Teori Ekonomi Produksi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Tim Penulis Lahan Sub Optimal. 2012. Pengembangan Lahan Sub Optimal Melalui Peningkatan Keterpaduan Kerjasama Pelaku Inovasi Untuk Mendukung



Ketahanan Pangan Nasional. *Workshop* Konsorsium Lahan Sub-optimal tanggal 23 – 24 Februari 2012. Palembang.

Wilson. 2007. Suatu Studi Tentang Penerapan Fungsi Pemasaran Garam Oleh Para Penjual di Pasar Tradisional Kupang. (Online). (<http://www.google.com/search> fungsi-fungsi pemasaran, diakses 09 Maret 2012).

Yusuf, I. I. 2006. Analisis Pemasaran Gabah dan Beras Dari Kecamatan Buay Madang Kabupaten OKU Timur Provinsi Sumatera Selatan. Skripsi. Universitas Sriwijaya. Indralaya (tidak dipublikasikan).