

**SKRIPSI**

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN MARGIN  
PEMASARAN USAHATANI PADI RAWA LEBAK DI DESA  
SUNGAI ROTAN KECAMATAN RANTAU PANJANG  
KABUPATEN OGAN ILIR**

***ANALYSIS OF MARKETING CHANNELS AND MARKETING  
MARGIN OF RAWA LEBAK RICE BUSINESS IN SUNGAI  
ROTAN VILLAGE RANTAU PANJANG DISTRICT  
OGAN ILIR REGENCY***



**Delvin Yori Novealdi  
05011281924043**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

## SUMMARY

**DELVIN YORI NOVEALDI.** Analysis Of Marketing Channels and Marketing Margin of Rawa Lebak Rice Business in Sungai Rotan Village Rantau Panjang District Ogan Ilir Regency (Supervised by **EKA MULYANA**).

There are variations in the marketing channels used by swamp lebak rice farmers in Sungai Rotan Village. Some farmers sell directly to consumers, while others use intermediaries such as local traders or marketing agencies. This study aims to: 1) identify patterns of rice marketing channels in Sungai Rotan Village, Rantau Panjang District. 2) Knowing the marketing margin for each rice marketing agent in Sungai Rotan Village 3) Analyze the level of efficiency of the rice and GKP marketing channel in Sungai Rotan Village. The research location is in Sungai Rotan Village, Rantau Panjang District, Ogan Ilir Regency, South Sumatra Province. Site selection was carried out deliberately based on the area of agricultural land in Ogan Ilir Regency and the results of discussions with research partners and supervisors. Data collection was carried out from May to June using field survey research methods, including questionnaires and interviews with related respondents. The sampling method was carried out randomly (simple random sampling) and by snowball sampling to identify rice commodity marketing actors. The number of respondents was 30 rice farmers and 3 collectors in Sungai Rotan Village. This study collected both primary and secondary data. The results showed that there were 3 rice commodity marketing channels, with 2 channels' final product in the form of undried harvested rice grain and 1 channel with rice as final product, namely marketing channel I: farmers – industrial consumers with the final product of undried harvested rice grain and channel. Marketing channels I are level-zero channels, so there is no marketing margin with a farmer's share of 100% and there are no intermediary marketing institutions. Channel II: farmers – collectors – industrial consumers with a large marketing margin of IDR 1.204/kg undried harvested rice grain, a farmer's share value of 77.98%, and a marketing cost ratio with a final product value of 3.89%, so that it is categorized as efficient for farmers. Channel III: farmers – collectors – consumers outside the sub-district with the final product of rice, a marketing margin of IDR 4.237/kg rice, a farmer's share value of 50.15% with marketing efficiency from a comparison of marketing costs, and a final product value of 15.22%, so it is stated that channel II is more efficient than channel III seen from the ratio of marketing costs.

Keywords: efficiency, marketing flow, marketing margin

## RINGKASAN

**DELVIN YORINOVEALDI.** Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Usahatani Padi Rawa Lebak di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir (Dibimbing oleh **EKA MULYANA**).

Adanya variasi dalam saluran pemasaran yang digunakan oleh petani padi rawa lebak di Desa Sungai Rotan. Beberapa petani menjual langsung ke konsumen, sementara yang lain menggunakan perantara seperti pedagang lokal atau lembaga pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Identifikasi pola-pola saluran pemasaran beras yang terdapat di Desa Sungai Rotan, Kecamatan Rantau Panjang. 2) Mengetahui besar margin pemasaran pada setiap pelaku pemasaran beras di Desa Sungai Rotan. 3) Menganalisis tingkat efisiensi saluran pemasaran beras dan GKP di Desa Sungai Rotan. Tempat penelitian ini berlokasi di Desa Sungai Rotan, Kecamatan Rantau Panjang, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Pemilihan tempat dilakukan secara sengaja atau purposive berdasarkan pertimbangan luas lahan pertanian di Kabupaten Ogan Ilir dan hasil disukusi rekan penelitian dan pembimbing. Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei hingga Juni dengan metode penelitian survei lapangan menggunakan kuisioner dan wawancara responden terkait. Metode penarikan sample dilakukan secara acak (simple random sampling) dan snowball sampling untuk mengidentifikasi pelaku pemasaran komoditi padi. Adapun jumlah responden sebanyak 30 petani padi dan 3 pedagang pengepul di Desa Sungai Rotan. Data diambil dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 saluran pemasaran komoditi padi dengan 2 saluran produk akhir berupa GKP dan 1 saluran produk akhir beras yaitu saluran pemasaran I: petani – konsumen industri dengan produk akhir GKP. Saluran pemasaran I merupakan saluran tingkat nol sehingga tidak terdapat margin pemasaran dengan farmer's share sebesar 100% dan tidak terdapat lembaga pemasaran perantara. Saluran II: petani – pengepul – konsumen industri dengan besar margin pemasaran yaitu Rp1.204,-/kg GKP, nilai farmer's share sebesar 77,98%, dan rasio biaya pemasaran dengan nilai akhir produk sebesar 3,89% sehingga dikategorikan efisien untuk petani. Saluran III: petani – pengepul – konsumen luar kecamatan dengan produk akhir beras, margin pemasaran sebesar Rp4.237,-/kg beras, nilai farmer's share 50,15% dengan efisiensi pemasaran dari perbandingan biaya pemasaran dengan nilai akhir prouduk sebesar 15,22% sehingga dinyatakan saluran II lebih efisien dibandingkan saluran III dilihat dari rasio biaya pemasarannya.

Kata kunci: alur pemasaran, efisiensi, margin pemasaran

**SKRIPSI**

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN MARGIN  
PEMASARAN USAHATANI PADI RAWA LEBAK DIDESA  
SUNGAI ROTAN KECAMATAN RANTAU PANJANG  
KABUPATEN OGAN ILIR**

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



**Delvin Yori Novealdi  
05011281924043**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN MARGIN  
PEMASARAN USAHATANI PADI RAWA LEBAK DIDESA  
SUNGAI ROTAN KECAMATAN RANTAU PANJANG  
KABUPATEN OGAN ILIR**


**SKRIPSI**

Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas  
Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:  
**Delvin Yori Novealdi**  
05011281924043

Indralaya, Agustus 2023

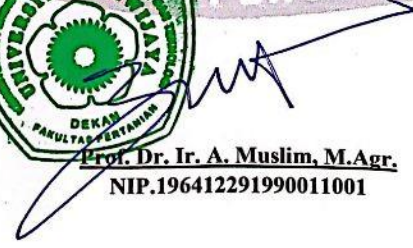
Pembimbing,

  
**Eka Mulyana, S.P., M.Si.**  
NIP.197710142008122002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian Unsri



  
**Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.**  
NIP.196412291990011001

Skripsi dengan Judul "Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Usahatani Padi Rawa Lebak di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir" oleh Delvin Yori Novealdi telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada Tanggal 1 Agustus 2023 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi penguji

1. Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.  
NIP. 197802102008122001

Ketua

(.....  
.....)

2. Serly Novita Sari, S.P., M.Si.  
NIP. 167107510989007

Sekretaris

(.....  
.....)

3. Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si.  
NIP. 197810152001122001

Penguji

(.....  
.....)

4. Eka Mulyana, S.P., M.Si.  
NIP. 197710142008122002

Pembimbing

(.....  
.....)

Indralaya, Agustus 2023

Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Desy Adriani, S.P., M.Si.  
NIP. 197412262001122001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Delvin Yori Novealdi

NIM : 05011281924043

Judul : Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Usahatani Padi Rawa  
Lebak di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan  
Ilir

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam proposal skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. 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 mendapat paksaan serta tekanan dari pihak manapun.



Indralaya, Agustus 2023



Delvin Yori Novealdi

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis memiliki nama lengkap Delvin Yori Novealdi, dapat dipanggil Delvin atau Vin. Penulis lahir di Sungailiat pada tanggal 2 November 2001. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak IPDA Yos Sudarso dan Ibu Agus Satriyani.

Riwayat pendidikan penulis yaitu telah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) pada tahun 2013 di SD Negeri 1 Sungailiat, Bangka Belitung. Selanjutnya, penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) pada tahun 2016 di SMP Negeri 2 Sungailiat, Bangka Belitung. Setelah lulus penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan lulus pada tahun 2019 di SMA Negeri 1 Sungailiat dengan mengambil jurusan MIPA. Pada tahun yang sama, penulis juga terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya melalui jalur masuk Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama masa studi sebagai mahasiswa di Universitas Sriwijaya, penulis ikut tergabung dalam beberapa organisasi kemahasiswaan yaitu Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) sebagai staf Humas pada periode 2019-2020. Penulis juga pernah bergabung di organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Pertanian (BEM FP) sebagai staff muda PPSDM periode 2020 – 2021 dan menjadi staff ahli PPSDM pada periode 2021 - 2022.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Usahatani Padi Rawa Lebak di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat-Nya dan semoga kita semua mendapat Syafa’at-Nya kelak. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Kepada Papa, Mama, serta keluarga besar yang terus memberikan semangat yang diiringi doa dalam seluruh kegiatan yang penulis lakukan.
2. Kepada ibu Eka Mulyana, S.P., M.Si. selaku ketua jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan ibu Eka Mulyana, S.P., M.Si. selaku pembimbing akademik yang telah memberi saran, dukungan, arahan dan izinnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada seluruh dosen jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan selama penulis melaksanakan studi.
4. Untuk seluruh teman HIBANGSKUY Alif, Fadhil, Fadhlur, Josua, Diki, Jordi, Tasya, Umi, Adis, Dira yang selalu memberikan semangat, bantuan dan kenangan indah selama penulis melakukan studi dari semester awal hingga akhir.
5. Untuk teman-teman satu tongkrongan saya, yaitu Nabil, Rama, Ojik dan Masboy yang sudah merelakan waktunya menemani penulis dalam waktu terpuruk penulis dan mengerti keadaan penulis disaat sedang mengalami *down* tiba-tiba.
6. Untuk teman satu bimbingan yang selalu memberikan semangat dan bantuan khususnya selama kegiatan praktik lapangan, magang dan skripsi.
7. Untuk seluruh teman seperjuangan Agribisnis 2019, kakak tingkat dan adik tingkat, penulis ucapkan terima kasih atas bantuan semangatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Indralaya, Agustus 2023

Delvin Yori Novealdi

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1_ PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan.....	4
BAB 2_ KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka.....	5
2.1.1. Konsepsi Pemasaran.....	5
2.1.2. Konsepsi Pola Saluran Pemasaran.....	6
2.1.3. Konsepsi Margin Pemasaran.....	6
2.1.4. Konsepsi <i>Farmer's Share</i> .....	7
2.1.5. Konsepsi Efisiensi Pemasaran.....	7
2.2. Model Pendekatan.....	7
2.3. Hipotesis.....	8
2.4. Batasan Operasional.....	10
BAB 3_ METEDOLOGI PENELITIAN.....	12
3.1. Tempat dan Waktu.....	12
3.2. Metode Penelitian.....	12
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	12
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	13
3.5. Metode Pengolahan Data.....	13
BAB 4_ HASIL DAN PEMBAHASAN.....	16
4.1. Keadaan Umum Daerah.....	16
4.1.1. Batas Wilayah Administrasi.....	16
4.1.2. Letak Geografi dan Topografi Wilayah.....	16
4.1.3. Tanah dan Iklim Wilayah.....	17
4.2. Karakteristik Responden.....	17
4.2.1. Jenis Kelamin Responden.....	18
4.2.2. Umur Responden.....	18

	Halaman
4.2.3. Tingkat Pendidikan Responden.....	19
4.2.4. Pengalaman Kerja.....	19
4.2.5. Luas Lahan.....	20
4.2.6. Status Kepemilikan Lahan Responden.....	20
4.3. Identifikasi Pola Saluran Pemasaran Padi.....	21
4.3.1. Saluran Pemasaran I.....	22
4.3.2. Saluran Pemasaran II.....	23
4.3.3. Saluran Pemasaran III.....	23
4.4. Analisis Marjin Pemasaran.....	24
4.5. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran.....	26
4.5.1. Analisis <i>Farmer's Share</i> .....	26
4.5.2. Biaya Pemasaran Petani.....	27
4.5.3. Biaya Pemasaran Pedagang Pengepul.....	28
4.5.4. Rasio Biaya Pemasaran Pedagang Pengepul.....	29
BAB 5_ KESIMPULAN DAN SARAN.....	30
5.1. Kesimpulan.....	30
5.2. Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA.....	32
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan.....	8
Gambar 4.1. Peta Saluran Pemasaran Padi di Desa Sungai Rotan.....	22
Gambar 4.2. Uraian Saluran Pemasaran I.....	22
Gambar 4.3. Uraian Saluran Pemasaran II.....	23
Gambar 4.4. Uraian Saluran Pemasaran III.....	24

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden Petani.....	18
Tabel 4.2. Umur Responden Petani.....	18
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan Responden Petani.....	19
Tabel 4.4. Pengalaman Kerja Responden Petani.....	20
Tabel 4.5. Luas Lahan Sawah Responden.....	20
Tabel 4.6. Status Kepemilikan Lahan Responden.....	21
Tabel 4.7. Marjin Pemasaran Saluran II.....	25
Tabel 4.8. Marjin Pemasaran Saluran III.....	25
Tabel 4.9. Farmer's Share Setiap Saluran Pemasaran.....	27
Tabel 4.10. Biaya Pemasaran Petani.....	28
Tabel 4.11. Biaya Pemasaran Pedagang Pengepul.....	29
Tabel 4.12. Rasio Biaya Pemasaran Pengepul.....	29

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Biodata Petani Responden.....	35
Lampiran 2. Data Penjualan GKP/ha Petani 2022.....	36
Lampiran 3. Data Penjualan Pedagang Pengepul 2022.....	37
Lampiran 4. Biaya Pemasaran Petani dan Pengepul.....	38
Lampiran 5. Penulis Bersama Ketua GAPOKTAN Dusun III.....	39
Lampiran 6. Penulis Bersama Responden Perempuan.....	40
Lampiran 7. Penulis Bersama Responden Laki-Laki.....	41
Lampiran 8. Penulis Bersama Petani Tertua di Desa Sungai Rotan.....	42
Lampiran 9. Penulis Bersama Pemilik Penggilingan Desa.....	43
Lampiran 10. Penulis Sedang Observasi di Desa Sungai Rotan.....	44
Lampiran 11. Lahan Sawah di Desa Sungai Rotan.....	45

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dalam pembangunan yang dilaksanakan, salah satu sektor yang dapat diandalkan untuk menopang pembangunan tersebut adalah sektor usaha pertanian. Kebutuhan akan pangan adalah suatu kebutuhan mutlak yang harus tercukupi karena kebutuhan tersebut berkaitan dengan keberlangsungan kehidupan manusia. Produk pertanian tersebut salah satunya adalah gabah. Beras yang merupakan hasil penggilingan gabah merupakan bahan kebutuhan pokok sebagian besar masyarakat Indonesia. Secara umum di negara-negara berkembang sasaran kebijakan sektor pertanian adalah kesejahteraan petani produsen, keamanan konsumen, dan ketersediaan bahan pangan dalam jangka panjang (Karimudin, 2020).

Salah satu komoditas utama subsektor tanaman pangan adalah padi. Padi (*Oryza sativa* L.) merupakan salah satu tanaman budidaya terpenting dalam peradaban. Produksi padi dunia menempati urutan ketiga dari semua sereal setelah jagung dan gandum. Namun demikian, padi merupakan sumber karbohidrat utama bagi mayoritas penduduk dunia (Nugroho, 2017). Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasikan keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengatur seberapa besarnya, menentukan pasar – pasar target mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut. Jadi pemasaran berperan sebagai penghubung antara kebutuhan-kebutuhan masyarakat dengan pola jawaban industri (dalam hal ini termasuk industri dibidang pertanian) yang bersangkutan.

Sektor pertanian sebagai salah satu sektor primer, memang masih memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi di kabupaten Ogan Ilir. Oleh karena itu sektor pertanian masih dapat terus ditingkatkan kualitasnya, bukan hanya kualitas sumber daya alamnya tetapi juga kualitas sumber daya manusianya. Subsektor ini meliputi komoditas padi, palawija serta hortikultura. Khususnya di kecamatan Rantau Panjang komoditas padi adalah padi sawah. Komoditas palawija yang diproduksi berupa jagung, ubi kayu, ubi jalar, dan kacang tanah. Adapun komoditas hortikultura terdiri dari sayur-sayuran, buah-



buahan serta tanaman lainnya. Di Kecamatan Rantau Panjang terdapat 2.838 anggota kelompok tani dengan luas lahan sebesar 3.587 Ha (BPS Kecamatan Rantau Panjang Dalam Angka, 2019).

Dengan rata-rata produksi dan luas panen yang tinggi tidak menjamin memberikan pendapatan yang tinggi bagi para petani. Harga yang diterima petani, sangat berperan dalam menentukan tingkat pendapatan petani dari usahatani tersebut, sedangkan tingkat harga dipengaruhi oleh sistem pemasaran padi yang dipasarkan. Proses pemasaran produk tanaman pangan dibutuhkan pemasaran yang efektif. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya.

Menurut Soekartawi (2013) semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran, maka semakin banyak pula yang mengeluarkan biaya pemasaran dan keuntungan dalam pemasaran tersebut, maka akibatnya adalah pemasaran kurang efisien. Pemasaran yang efisien yakni pemasaran yang mampu memberikan hasil dari produsen ke tangan konsumen dengan menggunakan biaya yang serendah-rendahnya. Aktivitas pemasaran juga tidak lepas dari margin pemasaran. Margin pemasaran merupakan penggambaran perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen termasuk didalamnya keseluruhan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh (Lasitya, D.S; Irwandi, 2022). Perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani tersebut menyebabkan tingginya margin pemasaran.

Berdasarkan bahasan yang disampaikan, penulis tertarik untuk meneliti khususnya pada bagian saluran pemasaran dan margin pemasaran padi rawa lebak di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir. Kecamatan Rantau Panjang merupakan salah satu daerah dengan luas lahan padi rawa lebak terluas di Kabupaten Ogan Ilir. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Ogan Ilir tahun 2014, luas panen padi rawa lebak di Kecamatan Rantau Panjang merupakan luas panen terbanyak nomor 4 setelah Kecamatan Pemulutan, Indralaya Induk dan Lubuk Keliat dengan luas panen sebanyak 4.045 ha (hektar), dan juga memiliki total produksi padi sebanyak 18.879 ton yang dimana Desa Sungai Rotan masih termasuk dalam Kecamatan Rantau Panjang.

Desa Sungai Rotan, yang terletak di Kecamatan Rantau Panjang, Kabupaten Ogan Ilir, dikenal sebagai salah satu wilayah dengan potensi usahatani padi rawa lebak yang signifikan. Usahatani padi rawa lebak adalah salah satu sistem budidaya padi yang dilakukan di lahan rawa atau tanah yang mudah tergenang air. Metode budidaya ini memiliki karakteristik khusus dan memerlukan manajemen yang baik agar dapat menghasilkan hasil panen yang optimal.

Selain itu, menurut data yang saya survei dan saya kulik terkait pemasaran padi di Desa Sungai Rotan ini, bentuk produk yang masyarakat pasarkan disini sudah dalam bentuk GKP (Gabah Kering Panen) dan juga beras, lalu sebagian membawanya ke penggilingan setempat dan sebagiannya lagi dijual ke pedagang pengepul yang datang ke Desa Sungai Rotan.

Kemungkinan penelitian sebelumnya tentang saluran pemasaran dan margin pemasaran pada usahatani padi rawa lebak di wilayah tersebut masih terbatas. Dengan melakukan penelitian lebih mendalam, penulis dapat memberikan kontribusi pengetahuan yang baru dan lebih komprehensif dalam memahami sistem pemasaran pertanian khususnya pada padi rawa lebak.

Dengan adanya analisis yang mendalam tentang saluran pemasaran dan margin pemasaran di Desa Sungai Rotan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam pemahaman tentang sistem pemasaran dan distribusi nilai tambah di sektor pertanian. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pemangku kepentingan dalam mengoptimalkan sistem pemasaran pertanian, meningkatkan pendapatan petani, dan memperkuat sektor pertanian secara keseluruhan di wilayah penelitian dan daerah sekitarnya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola saluran pemasaran gabah (GKP) dan beras di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir?
2. Berapa nilai margin pemasaran yang diterima setiap petani padi rawa lebak di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir?

3. Apakah saluran pemasaran padi di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir sudah efisien?

### **1.3. Tujuan**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mencapai tujuan berikut:

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran GKP dan beras di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir.
2. Menganalisis nilai margin pemasaran petani dan pedagang pengepul gabah dan beras di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir.
3. Menganalisis seberapa efisien saluran pemasaran gabah dan beras di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir.

Adapun kegunaan yang akan diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis selama proses penelitian.
2. Berguna sebagai bahan kajian pustaka terkait pola saluran pemasaran dan margin pemasaran petani padi rawa lebak di Desa Sungai Rotan Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir..
3. Sebagai rekomendasi dan saran kepada pemerintah di Kecamatan Rantau Panjang Kabupaten Ogan Ilir dalam upaya merumuskan kebijakan demi mengatasi permasalahan kurangnya pendapatan yang diterima oleh petani di Desa Sungai Rotan.
4. Sebagai sumber informasi utama pembaca dan peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, I., Asmarantaka, R. W., & Nurmalina, R. 2018. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (Kasus: Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah). *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 254.
- Annisa, R., Marzuki, S., & Roessali, W. 2015. Analisis Pola Saluran Pemasaran Dan Marjin Serta Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler Pada Sistem Kemitraan Di Kabupaten Grobogan (*Analysis Of The Pattern Marketing Channels And Marketing Margins With Efficiency Of Marketing Broiler Chicken Farming In Grobogan*). *Animal Agriculture Journal*, 4(1), 144–148.
- Ardillah, F., & Hasan, F. (2020). Saluran, Margin, Dan Efisiensi Pemasaran Bebek Pedaging Di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 1(1), 12–25.
- Badan Pusat Statistik Ogan Ilir., 2022. Kecamatan Rantau Panjang Dalam Angka 2022. BPS Kabupaten Ogan Ilir.74(7). 527-533.
- Elly Jumiati, Dwidjono Hadi Darwanto, S. H. Dan M. 2013. Analisis Saluran Pemasaran. *Agrifor*, 12(1), 1–10
- Iswahyudi, N., & Sustiyana, N. (2019). Pola Saluran Pemasaran Dan *Farmer's Share* Jambu Air Cv Camplong. *Jurnal Hexagro*, 3(2), 33–38.
- Karimudin, Y. (2020). Pola Saluran Pemasaran Beras Di Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 239–264.
- Lasitya, D.S; Irwandi, P. K. (2022). Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Beras Di Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(1), 94–102.
- Muhdiar, M., & Halimah, A. S. (2018). Analisis Margin Pemasaran Beras Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 1, 79.
- Naufal, A., & Nugroho, A. (2018). Analisis Sistem Pemasaran Cengkeh ( *Syzygium Aromaticum* ) Di Kecamatan Lhoknga Program Studi Agribisnis , Fakultas Pertanian , Universitas Syiah Kua. 3(4), 518–524.
- Nurpita, A., Wihastuti, L., & Andjani, I. Y. (2018). Dampak Alih Fungsi Lahan Terhadap Ketahanan Pangan Rumah Tangga Tani Di Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Progo. *Journal Gama Societa*, 1(1), 103.
- Permadi, R. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok Di Kabupaten Seruyan. *Unes Journal Of Agricultural Scienties*, 1(1), 120–128.
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96–124.

- Putri, Afifah Aris, Dyah Isyomowati. 2022. Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Beras Hitam Di Kabupaten Bantul, *Agritech Journal*, 42(2), 148-149.
- Rahmawati, Y., Sarengat, W., & Marzuki, S. (2016). Analisis Pola Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Usaha Ternak Ayam Broiler Pola Kemitraan Di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal (*Analysis Of The Pattern Marketing Channels And Marketing Margins Broiler Chicken Farming Partnership In Limbangan Distr. Animal Agriculture Journal*, 3(3), 443–449.