

**MARJIN PEMASARAN GABAH DI KECAMATAN MATTIRO SOMPE
KABUPATEN PINRANG**

**ISMAIL USMAN
105960203415**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

**MARJIN PEMASARAN GABAH DI KECAMATAN MATTIRO SOMPE
KABUPATEN PINRANG**

**ISMAIL USMAN
105960203415**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Marjin Pemasaran Gabah Di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar , Agustus 2019

Ismail Usman
105960203415



HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Marjin Pemasaran Gabah di Kecamatan Mattiro Sompe
Kabupaten Pinrang

Nama : Ismail Usman

Stambuk : 105960203415

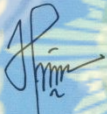
Program Studi : Agribisnis

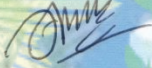
Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Juniati, S.P., M.M
NIDN. 0912087504


Andi Amran Asriadi, S.P., M.Pd., M.P
NIDN. 0919038302

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Prodi Agribisnis


Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P
NIDN. 0912066901


Dr. Sri Mardivati, S.P., M.P
NIDN. 0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Marjin Pemasaran Gabah di Kecamatan Mattiro Sompe
Kabupaten Pinrang

Nama : Ismail Usman

Stambuk : 105960203415

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



Nama	Tanda Tangan
1. <u>Dr. Jumiati, S.P., M.M</u> Ketua Sidang	
2. <u>Andi Amran Asriadi, S.P., M.Pd., M.P</u> Sekretaris	
3. <u>Dr. H. ABD. Halil, S.P., M.P</u> Anggota	
4. <u>Ardi Rumallang, S.P., M.M</u> Anggota	

Tanggal Lulus : 28 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Marjin Pemasaran Gabah Di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Jumiati, S.P., M.M, selaku pembimbing I dan Andi Amran Asriadi, S.P.,M.Pd.,M.P selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P selaku ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orang tua ayahanda Usman Iskandar dan Ibunda Arafah, dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.

6. Kepada pemerintah Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Daerah tersebut.
7. kepada para masyarakat yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang yang membantu penulis dan menyambut baik penulis pada saat proses penelitian yang dilakukan.
8. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga Kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya. Amin.

Makassar, 1 Agustus 2019

Ismail Usman



ABSTRAK

ISMAIL USMAN. 105960203415. **Margin Pemasaran Gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang. Dibimbing oleh JUMIATI dan ANDI AMRAN ASRIADI.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe dan margin pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara *Simple Random Sampling* (Acak Sederhana) yaitu mengambil sampel petani dari dua desa yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang desa tersebut adalah Desa Mattombong dan Desa Samaenre. Sementara untuk sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan cara *Snowball Sampling* (Bola Salju) yaitu mengikuti alur dari rantai pemasaran gabah yang ada di daerah tersebut. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Saluran pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang terdapat dua pola saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung. 2) Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II berbeda, pada saluran I, tidak terdapat margin pemasaran, hal ini disebabkan karena tidak ada lembaga pemasaran yang dilalui, sedangkan pada saluran II margin pemasaran yang diperoleh sebesar Rp 100/Kg.



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Pemasaran	4
2.2 Lembaga Pemasaran.....	6
2.3 Saluran Pemasaran	7
2.4 Margin Pemasaran.....	12
2.5 Pengertian Gabah	13
2.6 Penelitian Terdahulu	15
2.7 Kerangka Pikir	16
III. METODE PENELITIAN	18
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
3.2. Teknik Penentuan Sampel	18
3.3. Jenis dan Sumber Data	18
3.4. Teknik Pengumpulan Data	19
3.5. Teknik Analisis Data.....	20
3.6. Definisi Operasional.....	20

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	22
4.1. Letak Geografis	22
4.2. Kondisi Demografis.....	23
4.3. Kondisi Pertanian	30
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	32
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan Tahun 2017	24
2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017.....	25
3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2017	26
4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan/Mata Pencaharian Tahun 2017.....	27
5. Sarana dan Prasarana yang Terdapat di Kecamatan Mattiro Sompe.	28
6. Luas Wilayah Kecamatan Mattiro Sompe Menurut Penggunaannya.	30
7. Potensi, Komoditas dan Pemasarannya di Kecamatan Mattiro Sompe.....	31
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur	32
9. Karakteristik responden petani berdasarkan tingkat pendidikan	33
10. karakteristik responden berdasarkan pengalaman usahanya di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang.	34
11. Karakteristik responden berdasarkan tanggungan keluarga	35
12. Luas Lahan Petani Responden di Kecamatan Mattiro Sompe	36
13. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran	37
14. Biaya, keuntungan dan margin pemasaran gabah pada saluran II di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang	42
15. Biaya, keuntungan dan margin pemasaran gabah pada saluran II di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Saluran Distribusi Barang Konsumen.....	10
2. Kerangka Pikir Marjin Pemasaran Gabah di KecamatanMattiro Sompe Kabupaten Pinrang	17
3. Pola Saluran Pemasaran Gabah Di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang	40



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	49
2. Peta Lokasi Penelitian	51
3. Identitas Responden	53
4. Rekapitulasi Data	56
5. Dokumentasi Penelitian.....	59
6. Surat Izin Penelitian	60
7. Kartu Kontrol	61
8. Test Plagiat.....	63
9. Riwayat Hidup	64



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan pembangunan nasional di bidang tanaman pangan diarahkan pada upaya peningkatan produksi pangan dan pendapatan petani dalam rangka pembangunan pedesaan secara terpadu. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah melaksanakan kebijakan strategis berkaitan dengan upaya pengembangan produksi, pembinaan faktor produksi, dan pematapan kelembagaan berupa dukungan bagi diversifikasi kegiatan ekonomi petani. Dan salah satu hal yang ingin dikembangkan oleh pemerintah adalah hasil panen dari para pemilik usahatani padi yang berupa gabah karena ini merupakan bahan pokok utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia sekarang ini.

Tatkala produksi gabah melimpah, terutama pada musim panen raya berlangsung, seringkali timbul berbagai permasalahan di bidang pemasaran. Oleh karenanya, perlu upaya khusus melalui suatu kebijakan guna menjamin adanya kesinambungan peningkatan produksi pangan. Dalam rangka stabilisasi harga di pasaran dan untuk melindungi tingkat pendapatan petani. Karena adanya hubungan antara harga gabah yang diterima petani dengan keinginan pemerintah dalam rangka meningkatkan produksi secara makro (Anonim 2014).

Kabupaten Pinrang merupakan salah satu daerah pemasok gabah dengan jumlah produksi gabah pada tahun 2016 adalah sebesar 625.312 tondan menempati urutan ke tiga jumlah produksi gabah kering panen (GKP) terbesar di daerah Sulawesi Selatan setelah Kabupaten Bone dan Kabupaten Wajo sedangkan Kabupaten Sidrap yang dikenal sebagai lumbung pangan menempati urutan ke

empat. Salah satu Kecamatan yang mempunyai produksi gabah yang cukup besar terdapat di Kecamatan Mattiro Sompe dengan jumlah produksi gabah mencapai 56.796 ton pada saat terjadi panen raya (Anonim 2016).

Produksi yang besar yang dihasilkan oleh para petani yang berada di Kabupaten Pinrang tidak serta merta meningkatkan pendapatan bagi para petani yang ada di daerah tersebut di karenakan sering terjadi penurunan harga gabah yang sangat besar sehingga merugikan bagi para petani. Penurunan harga gabah ini sangat drastis yang awalnya dengan harga Rp. 5.200/Kg menjadi harga Rp. 4.500/Kg. perubahan harga yang terjadi dapat mempengaruhi tingkat efisiensi saluran pemasaran selain dari panjang pendeknya saluran pemasaran (Anonim 2018).

Efisiensi kegiatan distribusi komoditas pertanian juga dipengaruhi oleh panjang pendeknya mata rantai jalur distribusi dan besarnya margin keuntungan yang ditetapkan oleh setiap mata rantai tersebut. Semakin pendek mata rantai distribusi dan semakin kecil margin keuntungna yang ditetapkan, maka kegiatan distribusi tersebut semakin efisien (Tjahjono *et al.* 2008).

Selain hal tersebut, permasalahan yang ada adalah rendahnya harga jual gabah yang diterima petani dan panjangnya mata rantai pemasaran gabah. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian agar dapat diketahui tentang saluran pemasaran dan margin pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dirumuskan diatas maka permasalahan yang telah diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang?
2. Berapakah margin pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Saluran pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang.
2. Margin pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang.

Adapun kegunaan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis, penelitian ini berguna untuk perbandingan antara teori dan kenyataan yang ada di lapangan.
2. Bagi pemerintah daerah Kabupaten Pinrang agar hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk menyusun kebijakan dimasa yang akan datang khususnya bisa memberikan kemudahan bagi masyarakat khususnya petani untuk mengetahui bagaimana margin pemasaran gabah di daerah tersebut.
3. Bagi pembaca, agar hasil penelitian ini bisa memberikan informasi dan referensi agar bisa menambah pengetahuan dalam menyusun penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Pemasaran adalah tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang dan jasa yang menimbulkan distribusi fisik mereka. Proses pemasaran yaitu meliputi aspek fisik dan nonfisik. Aspek fisik menyangkut perpindahan barang-barang ke tempat dimana mereka dibutuhkan. Sedangkan pada nonfisik dalam arti bahwa para penjual harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para pembeli dan pembeli harus pula mengetahui apa yang di dapat (Firdaus, 2009).

Pengertian pemasaran banyak yang dikemukakan oleh para pakar dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Kotler dan Amstrong (2004) menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu proses social yang manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dandan pertukaran produk serta nilai dengan produk lain. Pemasaran-pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Mursid (2006) menjelaskan bahwa definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan

kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Secara umum pemasaran dianggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam proses ini, barang mengalir dari produsen ke konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan (Sudiyono, 2002).

Banyak definisi mengenai pemasaran, tetapi dalam pengertian ini pemasaran adalah suatu runtutan kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari produsen ke titik konsumen (Anindita, 2004).

Menurut Sudiyono (2002), ditinjau dari aspek ekonomi kegiatan pemasaran pertanian dikatakan sebagai kegiatan produktif sebab pemasaran pertanian dapat meningkatkan guna waktu (*Time Utility*), guna tempat (*Place Utility*), guna bentuk (*Form Utility*), dan guna kepemilikan (*Prossession Utility*). Komoditi pertanian yang sudah mengalami peningkatan guna waktu, guna tempat, dan guna bentuk baru dapat memenuhi kebutuhan konsumen, apabila sudah terjadi pemindahan hak milik dari produsen atau lembaga pemasaran ke konsumen.

Pada prinsipnya terdapat tiga fungsi pemasaran, yaitu :

1. Fungsi Pertukaran (Exchange Function)

Fungsi pertukaran dalam pemasaran produk-produk pertanian meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi-fungsi pertukaran ini terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian.

2. Fungsi Fisik (Physical Function)

Fungsi fisik meliputi kegiatan-kegiatan yang secara langsung diberlakukan terhadap komoditi pertanian, sehingga komoditi-komoditi pertanian tersebut mengalami tambahan guna tempat dan guna waktu. Fungsi fisik meliputi pengangkutan dan penyimpanan.

3. Fungsi Penyedia Fasilitas (Facilitating Function)

Fungsi penyediaan fasilitas pada hakekatnya adalah untuk memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi penyediaan fasilitas merupakan usaha-usaha perbaikan sistem pemasaran untuk meningkatkan efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga. Fungsi penyediaan fasilitas ini meliputi standarisasi, penanggungan resiko, informasi harga, dan penyediaan dana.

2.2 Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran ini berupa margin pemasaran. lembaga pemasaran ini dapat digolongkan menurut penguasaanya terhadap komoditi yang dipasarkan dan bentuk usahanya (Sudiyono,2002).

Lembaga pemasaran adalah orang atau badan ataupun perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran hasil pertanian. Di tingkat desa, ada tengkulak dan ada pedagang perantara serta ada pengecer. Ditingkat kecamatan, juga ada

perantara, pengumpul dan pengecer. Keadaan ini juga terjadi di tingkat kabupaten dan propinsi. Masing-masing lembaga niaga mengeluarkan biaya niaga dan akan memperoleh keuntungan yang disebut bagian dari margin tata niaga (*Marketing Margin*). Lembaga niaga bisa merupakan salah satu alternative untuk memperkecil tata niaga dan memperkecil harga yang harus dibayarkan konsumen atau memperbesar harga yang diterima oleh produsen (Daniel, 2002).

2.3 Saluran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2007) menjelaskan bahwa saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Mereka adalah perangkat jalur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, yang berkulminasi pada pembeli dan penggunaan oleh pemakai akhir.

Saluran pemasaran dapat dibentuk sederhana dan dapat pula dibentuk rumit. Hal demikian tergantung dari macam komoditi, lembaga pemasaran dan sistem pasar. Sistem pasar yang monopoli mempunyai saluran pemasaran yang relative sederhana dibandingkan dengan sistem pasar yang lain. Komoditi pertanian yang lebih cepat dan tidak mempunyai nilai ekonomi tinggi, biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relative sederhana (Soekartawi, 2002).

Sektor produksi barang-barang dan jasa dihasilkan sedangkan di sektor konsumsi barang-barang dan jasa dikonsumsi oleh para konsumen. Jarak antara kedua sektor tersebut sangat relatif, ada yang jauh dan ada yang dekat. Pada umumnya jarak fisik produksi dan konsumsi hasil pertanian/usahatani relatif cukup jauh karena usahatani berada dipelosok desa yang membutuhkan areal yang

cukup luas. Sebaliknya barang-barang industri justru diproduksi pertanian seperti pupuk, pestisida, alat-alat dan mesin pertanian. Oleh sebab itu jarak itu harus dijumpai oleh sektor distribusi yang merupakan penghubung agar barang-barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen memenuhi azas yaitu tempat, jumlah, waktu, mutu, jenis dan pada tingkat harga yang layak dibayar konsumen. Di sektor distribusi inilah tataniaga berperan, yang bertanggung jawab memindahkan, mengalokasikan, mendayagunakan, menganekaragamkan barang-barang yang dihasilkan di sektor produksi (Sihombing, 2011).

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur arus yang dilalui oleh barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen. Saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara permintaan fisik dan hak dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu (Hasyim, 2012).

Definisi tersebut mengandung pengertian bahwa:

- a. Saluran pemasaran merupakan rantai yang terdiri dari beberapa kelompok lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan, karena anggota-anggota kelompok terdiri dari beberapa pedagang dan agen, maka sebagian ada yang dikenal pembeli dan ada yang tidak.
- b. pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan saluran pemasaran, serta saluran pemasaran melaksanakan dua kegiatan penting, yaitu menggolongkan produk dan mendistribusikannya.

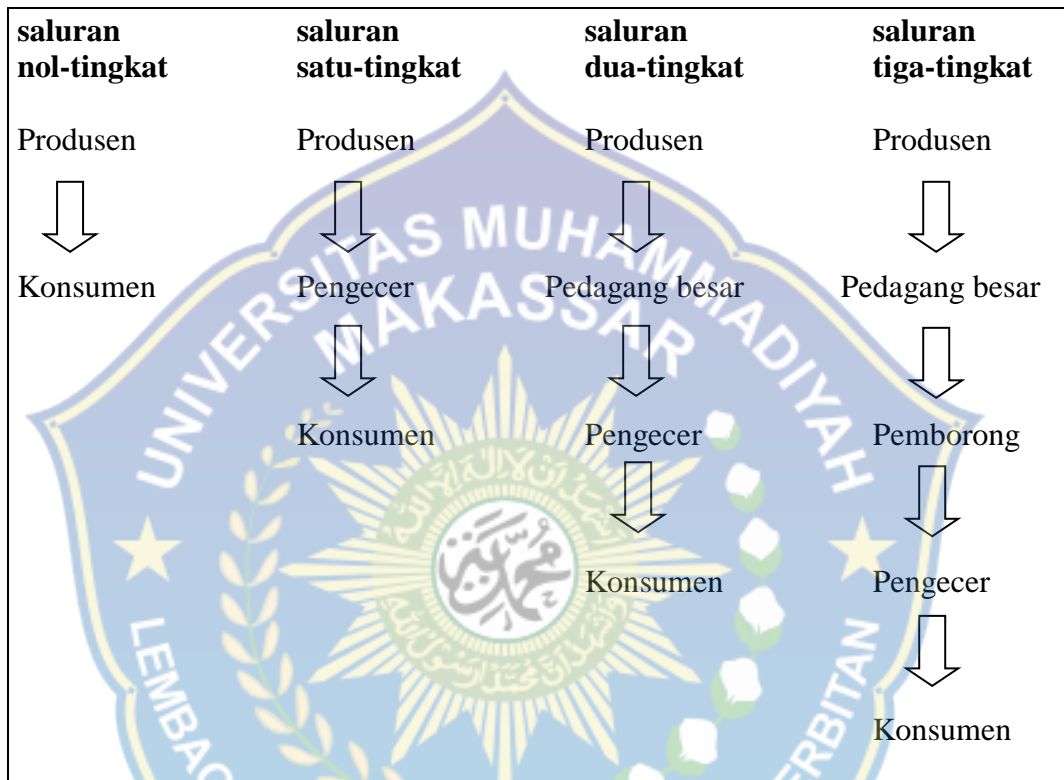
Menurut Djaslim Saladin (2004), fungsi saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah :

1. Informasi Sebagai pengumpul dan penyebar informasi riset pemasaran tentang potensi dan kemampuan pasar, pesaing dan kekuatan-kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran.
2. Promosi Sebagai pengembangan dan penyebaran komunikasi.
3. Negosiasi Yaitu usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan hal-hal lain yang berhubungan dengan perpindahan hak milik.
4. Pemesanan Yaitu komunikasi saluran ke belakang mengenai minat membeli oleh anggota saluran pemasaran ke produsen.
5. Pembiayaan Yaitu permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya saluran pemasaran tersebut.
6. Pengambilan resiko Yaitu perkiraan pekerjaan berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran tersebut.
7. Kepemilikan Fisik Yaitu milik dari penyimpanan dan pergerakan barang secara fisik dari bahan mentah sampai ke konsumen akhir.
8. Pembayaran Yaitu arus pembayaran atau uang kepada penjual atas jasa atau produk atau jasa yang telah diserahkan.
9. Kepemilikan Yaitu arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran ke lembaga pemasaran lainnya.

2.3.1 Bentuk-Bentuk Saluran Pemasaran

Dalam memasarkan produknya perusahaan memilih mana yang paling efektif dan efisien yang dapat digunakan dalam pelaksanaan pemasarannya,

khususnya dalam pendistribusian sehingga dapat tercapai tujuan perusahaan. Terdapat empat tingkatan saluran pemasaran yang digunakan. Berikut ini adalah saluran pemasaran yang umumnya digunakan untuk mendistribusikan produk dan jasa dari produsen ke konsumen, :



Sumber : Kotler dan Keller (2007)

Gambar 1. Saluran Distribusi Barang Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2007), Tingkat Saluran Pemasaran terbagi atas beberapa macam, yaitu:

a. Saluran nol-tingkat atau Saluran Pemasaran Langsung (Zero Levels Channel or Direct Marketing Channel)

Bentuk saluran ini adalah bentuk saluran yang paling pendek dan sederhana sebab tanpa menggunakan perantara. Oleh karena itu, saluran distribusi ini disebut saluran distribusi langsung. Produsen menjual langsung ke konsumen

dilakukan dengan empat cara, yaitu:

- Dari rumah ke rumah (*door-to-door*)
Arisan rumah (*home parties*)
- Lewat pos (*mail order*)
- Lewat toko-toko perusahaan (*manufacture-owner stores*).

b. Saluran satu-tingkat (*One Level*)

Penjualan melalui satu perantara. Di dalam saluran pemasaran barang konsumsi, perantara ini merupakan pedagang besar atau grosir, sedang di dalam saluran barang industri ini mereka merupakan tenaga penjual. Saluran ini juga disebut saluran distribusi langsung sebagaimana halnya dengan bentuk saluran yang pertama. Tetapi di dalam bentuk ini pengecer dapat langsung melakukan pembelian pada produsen dan ada juga beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat langsung melayani konsumen.

c. Saluran dua-tingkat (*Two Level*)

Penjualan yang mempunyai dua perantara penjualan. Dalam saluran pemasaran barang konsumsi, mereka merupakan pedagang besar atau grosir dan pengecer, sedangkan dalam saluran pemasaran barang industri mereka merupakan sebuah penyalur tunggal dan distributor industri. Saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Disini produsen hanya melayani pembelian dalam jumlah besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian konsumen dilayani oleh pengecer.

d. Saluran tiga-tingkat (*Tree Level*)

Penjualan yang mempunyai tiga perantara, yaitu pedagang besar (grosir), pemborong dan pengecer. Disini produsen memilih pedagang besar sebagai penyalurnya. Mereka menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para konsumen.

2.4 Marjin Pemasaran

Hanafiah dan Saefuddin (2006) menjelaskan bahwa marjin pemasaran sebagai perbedaan harga yang dibayarkan penjual pertama (Produsen) dan harga yang dibayarkan oleh pembeli terakhir. Berdasarkan pengetahuan tersebut menunjukkan selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran yang saling berinteraksi. Marjin pemasaran juga dinyatakan sebagai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan sejak tingkat produsen sampai ke tingkat konsumen.

Marjin pemasaran atau marjin tataniaga adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen (Napitupulu, 2006).

Firdaus (2007) mengemukakan bahwa biaya pemasaran sering diukur dengan marjin pemasaran, yang sebenarnya hanya menunjukkan bagian dari pembayaran konsumen yang diperlukan untuk menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran. Adapun biaya pemasaran terbagi menjadi 2 yaitu biaya pemasaran dalam arti sempit adalah biaya – biaya yang dikeluarkan untuk menjual dan membawa produk ke pasar dan biaya pemasaran dalam arti luas adalah biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk

selesai diproduksi dan di simpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai.

Marjin pemasaran merupakan perbedaan antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat pengecer. Marjin pemasaran hanya menjelaskan perbedaan harga dan tidak menyatakan tentang kuantitas dari produk yang dipasarkan. Selain itu, marjin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen, tetapi dapat juga dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen akhir (Hasyim, 2012).

Indikator marjin pemasaran lebih sering digunakan dalam analisa atau penelitian efisiensi pemasaran, karena melalui analisis marjin pemasaran dapat diketahui tingkat efisiensi operasional (teknologi) serta efisiensi harga (ekonomi) dari pemasaran. Marjin pemasaran juga merupakan perbedaan antara harga suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen, yang terdiri atas biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Selaras dengan hal tersebut di atas, Hasyim (2012) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan marjin pemasaran secara umum adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Dalam bidang pertanian, marjin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan harga pada tingkat usahatani dengan harga di tingkat konsumen, atau dengan kata lain perbedaan harga antara dua tingkat pasar.

2.5 Pengertian Gabah

Gabah merupakan buah padi yang telah dirontokan dari malai (jerami). Hasil tanaman padi yang berupa gabah dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu

genetik, kondisi abiotik dan biotik. Beberapa penelitian diketahui bahwa hasil gabah kering panen (GKP) sangat dipengaruhi oleh kesesuaian varietas yang ditanam, keberadaan dan keparahan serangan hama penyakit dan kondisi lingkungan tumbuh (musim, ketersediaan air, pemupukan yang sesuai, kerebahan tanaman karena angin dsb.) (Sudir dan Sutaryo, 2011). Adapun jenis-jenis gabah adalah sebagai berikut (Anonim 2017).

a. GKP (Gabah Kering Panen)

GKP adalah singkatan dari Gabah Kering Panen, gabah GKP ini mempunyai kandungan kadar air lebih besar dari 18% namun lebih kecil atau sama dengan 25% dari kadar air pada gabah, hampa/kotoran lebih besar dari 6% tetapi lebih kecil atau sama dengan 10%, butir hijau/mengapur lebih besar dari 7% tetapi lebih kecil atau sama dengan 10%, butir kuning/rusak maksimal 3% dan butir merah maksimal 3%.

b. GKS (Gabah Kering Simpan)

GKS (Gabah Kering Simpan) adalah gabah yang mengandung kadar air lebih besar dari 14% tetapi lebih kecil atau sama dengan 18%, ciri lainnya memiliki kotoran/hampa lebih besar dari 3% tetapi lebih kecil atau sama dengan 6%, butir hijau/mengapur lebih besar dari 5% tetapi lebih kecil atau sama dengan 7%, dan butir kuning/rusak maksimal 3% dan butir merah maksimal 3%. Gabah dengan cara tersebut diperuntukan untuk disimpan sebelum dilakukan penggilangan.

c. GKG (Gabah Kering Giling)

GKG (Gabah Kering Giling) adalah gabah yang mempunyai kandungan kadar air maksimal 14% karena jika lebih akan terjadi pecah saat penggilingan,

selanjutnya mempunyai kandungan kotoran/hampa maksimal 3%, butir hijau/mengapur maksimal 5%, dan mempunyai butir kuning/rusak maksimal 3% dan butir merah maksimal 3%.

2.6. Penelitian Terdahulu

Muhdiar. Andi S. Halimah (2018) melakukan penelitian berjudul Analisis Margin Pemasaran Beras di Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone. Hasil penelitian menunjukkan pemasaran beras di wilayah ini terdapat tiga bentuk saluran distribusi pemasaran yaitu saluran pemasaran I, petani→konsumen. Saluran pemasaran II, petani→pedagang besar→pedagang pengecer→konsumen. Saluran pemasaran III, petani→pedagang besar→konsumen. Pada saluran I tidak mempunyai jumlah margin pemasaran karena tidak melalui perantara, pada saluran II jumlah margin yang diperoleh sebesar Rp.1.000 terdiri dari margin pedagang besar sebesar Rp.500,00, pedagang pengecer sebesar Rp. 500,00. Sedangkan untuk saluran III jumlah margin yang diperoleh sebesar Rp.500,00. Jadi saluran pemasaran yang menguntungkan yaitu saluran I.

Irmayani, M. Siri Dangnga, dan M. Sabir Laba (2017) melakukan penelitian tentang margin pemasaran beras di Kecamatan Tiroang Kabupaten Pinrang diketahui bahwa saluran distribusi untuk beras di kecamatan tersebut ada dua saluran yaitu: Saluran I: Petani – Pedagang Pengecer- Konsumen, Saluran II: Petani- Konsumen. Hasil pengamatan analisis yang dilakukan diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi margin pemasaran beras adalah keuntungan dan biaya pemasaran.

Nurul Aenunnisa (2017) Melakukan Penelitian tentang Pola Distribusi Dan Margin Pemasaran Gabah Di Kabupaten Karawang diketahui bahwa Terdapat perbedaan secara signifikan antara biaya pokok produksi padi (Rp.3.068) dengan harga gabah pembelian pemerintah (Rp.3.700) dan non pemerintah (Rp. 4.347). Terdapat dua pola pemasaran gabah yaitu pola I (pola pendek) terdiri dari petani – penggiling dan pola II (pola panjang) terdiri dari petani – tengkulak – penggiling. Pola II sebesar 66% lebih besar dari pada pola I sebesar 33%. Nilai margin pada pola II sebesar Rp. 250 per kilogram berbeda dengan pola I Rp.0 per kilogram secara signifikan.

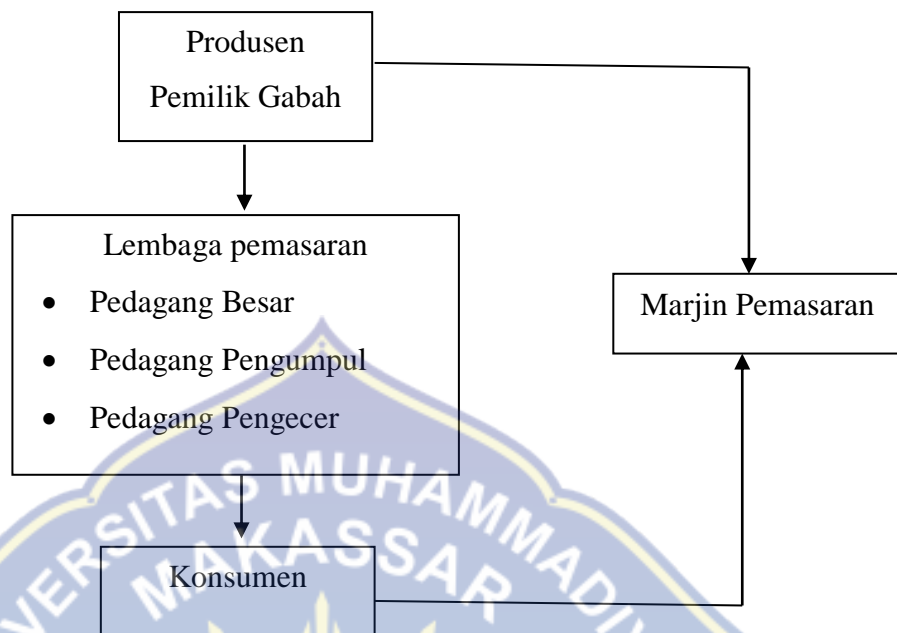
2.7. Kerangka Pikir

Produsen pemilik gabah adalah para petani yang menjalankan usahanya padi. Padi yang telah di panen dan di masukkan dalam karung selanjutnya disebut sebagai gabah.

Pemasaran gabah melalui suatu lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran adalah pedagang yang mendistribusikan gabah dari petani (produsen) ke konsumen. Adapun lembaga-lembaga pemasaran yaitu pedagang perantara, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Selisih harga gabah di tingkat produsen gabah dengan harga di tingkat konsumen disebut sebagai margin pemasaran gabah. Besarnya margin pemasaran berbeda antara satu saluran dengan saluran lainnya karena dapat dipengaruhi oleh biaya-biaya pemasaran dan keuntungan dari setiap saluran.

Berdasarkan kajian teoritis tersebut hubungan antara variabel-variabel yang dapat dilihat dalam kerangka pemikiran pada gambar sebagai berikut.



Gambar 2. Kerangka Pikir Marjin Pemasaran Gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Kecamatan ini merupakan salah satu sentra penghasil gabah. Waktu penelitian ini telah dilaksanakan pada Bulan Juli - Agustus 2019.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.183 yang tersebar pada 2 desa, yaitu Desa Mattombong sebanyak 431 orang dan Desa Samaenre sebanyak 752 orang.

Pengambilan sampel untuk petani dilakukan secara *Simple Random Sampling* (acak sederhana) yaitu mengambil sampel petani secara acak pada masing-masing desa sebanyak 20 orang/desa sehingga jumlah sampel sebanyak 40 orang sedangkan untuk informan pedagang dilakukan secara *Snowball Sampling* (bola salju) yaitu mengambil sampel dengan cara mengikuti alur dari suatu jaringan atau rantai hubungan pemasaran gabah yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, seperti menghitung besar margin pemasaran dari gabah yang adadi Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari

data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan para petani, pedagang pengepul dan juga pengusaha unit penggilingan padi yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang yang akan dijadikan sampel. Teknik wawancara yang digunakan adalah dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disediakan. Data sekunder merupakan data penunjang data primeryang bersumber dari dokumen Dinas (Dinas Pertanian Kabupaten Pinrang), dan Badan Pusat Statistik (BPS), dan Kecamatan Mattiro Sompe mengenai Profil Kecamatan Mattiro Sompe.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi adalah suatu metode yang dipakai untuk meneliti seberapa masalah yang dijadikan sasaran untuk memperoleh fakta-fakta yang diperlukan berdasarkan pengamatan di lokasi penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan mencari bahan (keterangan, pendapat) melalui tanya jawab lisan dengan siapa yang diperlukan. Wawancara itu dilakukan, bilamana keterangan atau pendapat dengan jalan lain sudah tidak dapat diperoleh atau jalan lain itu dianggap terlalu sulit untuk diperoleh.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data berupa dokumen yang diperoleh dengan melihat, mencatat, merekam, dan mengabadikan gambar, serta pengumpulan literatur – literature terkait dengan margin pemasaran gabah.

Menurut Hamidi (2004), metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi ataupun perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui tujuan dari penelitian pertama yaitu akan diolah secara deskriptif, yaitu untuk menggambarkan kondisi lembaga pemasaran dan saluran pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih angka ditingkat konsumen dan harga ditingkat produsen. (Sudiyono, 2002). Untuk menghitung margin dari setiap lembaga pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

$$Mp = Hk - Hp \text{ (Sudiyono, 2002)}$$

Keterangan :

Mp = Margin Pemasaran (Rp)

Hk = Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

Hp = Harga ditingkat Produsen (Rp/Kg)

3.6. Definisi Operasional

Konsep operasional mencakup pengertian-pengertian atau batasan-batasan yang digunakan untuk memperjelas lingkup penelitian dan memudahkan dalam

menganalisa data yang berhubungan dengan penarikan kesimpulan. Adapun konsep operasional yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Pasar merupakan tempat penjual gabah atau petanidan pembeli yaitu pedagang perantara gabah saling berinteraksi dan melakukan proses transaksi.
2. Pemasaran merupakan proses berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dari produsen ke konsumen atau dari penjual ke pembeli.
3. Saluran pemasaran merupakan alur dari proses pemasaran gabah yang saling terhubung di mulai dari petani sampai dengan ke unit penggilingan padi di Kecamatan Mattiro Sompe.
4. Pedagang pengumpul merupakan orang-orang yang terlibat dalam proses membeli hasil produksi dari petani berupa gabah kemudian mereka menyalurkannya kembali kepada para pengusaha penggilingan padi.
5. Marjin pemasaran merupakan besarnya biaya yang dibayar oleh konsumen dalam hal ini Unit penggilingan padi dengan harga yang diterima oleh petani.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Kecamatan Mattiro Sompe

4.1.1. Letak Geografis

Kecamatan Mattiro Sompe merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Pinrang. Kecamatan Mattiro Sompe berjarak sekitar 14 km sebelah utara kota Pinrang, dan berada pada garis kordinat antara $3^{\circ}43$ - $4^{\circ}09$ lintang selatan, dan 119 - 120° bujur timur. Kecamatan Mattiro Sompe merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Pinrang yang wilayahnya merupakan kawasan pesisir dengan ibukota Kecamatan Kelurahan Langnga. Luas wilayah Kecamatan Mattiro Sompe sebesar $96,99 \text{ km}^2$ atau 9.700 ha dari luas wilayah tersebut.

Wilayah Kecamatan Mattiro sompe masing – masing berbatasan dengan :

- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Selat Makassar
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kecamatan Mattiro Bulu dan Kecamatan Watang Sawitto
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kecamatan Lasirang
- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kecamatan Cempa

Secara administrasi Kecamatan Mattiro Sompe di bagi atas 9 (sembilan) Desa/Kelurahan dengan jarak ke ibukota Kabupaten 17 Km, dengan jumlah penduduk sebesar 28.339 jiwa, dimana jumlah penduduk laki laki yaitu 13.677 jiwa dan jumlah penduduk perempuan yaitu 14.662 jiwa. Jumlah penduduk yang terbanyak yaitu Kelurahan Langnga yaitu 5.092 jiwa dengan kepadatan penduduk 866 jiwa/km^2 , kemudian Kelurahan Pallameang dengan jumlah penduduk sebesar 4.695 jiwa dengan kepadatan penduduk 1.533 jiwa/km^2 , sedangkan Desa yang

dengan jumlah penduduk yang rendah yaitu Mattiro Tasi dengan jumlah penduduk sebesar 2.137 jiwa dengan kepadatan penduduk 154 jiwa/km².

Kecamatan Mattiro Sompe merupakan wilayah daratan yang datar berada pada ketinggian 0–2% dan landai 2–5% . Sumber air yang ada pada Kecamatan Mattiro Sompe dimanfaatkan sepanjang tahun dan bersumber air baku untuk pengolahan air baku untuk pengolahan air bersih. Namun kapasitasnya semakin menurun terutama pada musim kemarau. Selain mata air, masyarakat Kecamatan Mattiro Sompe juga memanfaatkan air tanah dalam berupa sumur, selain itu masyarakat sebagian sudah menggunakan air PDAM.

Keadaan iklim di Kecamatan Mattiro Sompe terdiri dari : Musim Hujan, kemarau dan musim pancaroba. Hal ini menjadi faktor utama yang menjadikan Kecamatan Mattiro Sompe sebagai daerah yang sangat potensial pada bidang pertanian. Dilihat dari kondisi objektif penggunaan lahan yang meliputi kondisi topografi daerah dan kondisi fisik lainnya, penggunaan tanah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang secara garis besar dapat dibedakan atas daratan, tanah berbukit, dan pegunungan.

4.1.2. Keadaan Demografis

Kondisi kependudukan (demografis) merupakan hal yang harus menjadi perhatian pihak pemerintah dan masyarakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penduduk mempunyai peranan yang sangat penting dalam perkembangan suatu daerah. Kepadatan penduduk dalam suatu tempat yang kemudian diimbangi dengan tingginya kualitas sumber daya dalam berbagai bidang akan mempercepat kemajuan suatu daerah dan sebaliknya, begitupun di

Kecamatan Mattiro sompe. Oleh sebab itu peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam suatu wilayah akan sangat penting agar dapat meningkatkan persaingan dalam pembangunan suatu daerah.

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah penduduk berdasarkan Kecamatan dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan Tahun 2018

No.	Kelurahan/Desa	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Massulowalie	2.453	8,66
2.	Langanga	5.092	17,97
3.	Pallameang	4.695	16,57
4.	Mattombong	3.471	12,25
5.	Patobong	2.552	9,00
6.	Samaenre	3.122	11,02
7.	Mattongan-tongang	2.368	8,36
8.	Siwolong polong	2.449	8,64
9.	Mattiro tasi	2.137	7,54
	Jumlah	28.339	100,00

Sumber Data : BPS Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa penduduk paling banyak di Kecamatan Mattiro Sompe berada di Desa Langga sebanyak 5.092 orang dengan persentase 17,97%, sedangkan penduduk yang paling sedikit berada di Desa Mattiro Tasi sebanyak 2.137 orang dengan persentase 7,54%.

Untuk lebih rinci mengenai pembagian penduduk menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017

Kelurahan/Desa	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Massulowalie	1.184	1.269	2.453	8,66
Langanga	2.457	2.635	5.092	17,97
Pallameang	2.266	2.429	4.695	16,57
Mattombong	1.674	1.797	3.471	12,25
Patobong	1.233	1.319	2.552	9,00
Samaenre	1.507	1.615	3.122	11,02
Mattongan-tongang	1.143	1.225	2.368	8,36
Siwolong polong	1.032	1.105	2.137	7,54
Mattiro tasi	1.181	1.268	2.449	8,64
Jumlah	13.677	14.662	28.339	100,00

Sumber Data: BPS Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah penduduk laki-laki dan perempuan paling banyak di Kecamatan Mattiro Sompe berada di Desa Langga sebanyak 2.457 dan 2.635 orang dengan persentase 17,97%, sedangkan penduduk laki-laki dan perempuan yang paling sedikit berada di Desa Siwolong Polong sebanyak 1.032 dan 1.105 orang dengan persentase 7,54%.

Jumlah penduduk di Kecamatan Mattiro Sompe mayoritas adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk di Kecamatan Mattiro Sompe cukup tinggi. Perbandingan antara jumlah penduduk perempuan dengan jumlah penduduk laki-laki tidak terlalu besar. Banyaknya jumlah

penduduk perempuan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan karena tidak semua jenis pekerjaan dilakukan oleh perempuan.

Keadaan penduduk Kecamatan Mattiro Sompe berdasarkan ijazah terakhir yang dimiliki atau tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2017

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	TK	673	2,37
2.	SD	2.811	9,92
3.	SMP	1.802	6,36
4.	SMA	949	3,35
5.	Diploma	298	1,05
6.	S1-S2	580	2,05
7.	≠ Tamat	21.226	74,90
Jumlah		28.339	100,00

Sumber Data: BPS Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa Tingkat pendidikan dalam penelitian ini bervariasi mulai dari tidak tamat, TK sampai S1. Tingkat pendidikan paling banyak adalah tingkat SD sebanyak 2.811 orang dengan persentase 9,92% sedangkan tingkat pendidikan yang paling sedikit adalah Diploma sebanyak 298 orang dengan persentase 1,05%. Selanjutnya keadaan penduduk berdasarkan mata pencaharian atau pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.

Dari sekian penduduk di Kecamatan Mattiro Sompe tidak semua penduduk memiliki pekerjaan atau mata pencaharian yang sama dapat di lihat pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan/Mata Pencaharian Tahun 2017

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	7.349	25,93
2.	Pedagang/Wiraswasta	580	2,05
3.	PNS/TNI/POLRI	947	3,34
4.	Karyawan perusahaan swasta	35	0,12
5.	Nelayan	35	0,12
6.	Tenaga Kontrak/Sukarela	33	0,12
7.	Buruh/Tenaga Lepas	70	0,25
8.	Pensiunan	20	0,07
9.	Belum/Tidak Bekerja	19.270	68,00
Jumlah		28.339	100,00

Sumber Data: BPS Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Kecamatan Mattiro Sompe menggantungkan hidupnya sebagai Petani. Jumlah petani di Kecamatan Mattiro Sompe sebanyak 7.349 orang dengan persentase 25,93%. Namun ada kecenderungan karena terdapat ada penduduk yang tidak memiliki pekerjaan sebanyak 19.270 orang dengan persentase 68% mungkin ini dikarenakan kurangnya tingkat pengetahuan atau tingkat kesadaran untuk bekerja yang tidak dimiliki oleh penduduk.

Kemajuan perekonomian suatu daerah sangat berpengaruh dengan jumlah sarana perhubungan yang dapat menunjang kegiatan perekonomian. Apabila suatu daerah memiliki sarana yang lengkap dan memadai serta ditunjang juga oleh sumber daya alam yang berkualitas, maka kegiatan perekonomian yang dilakukan pada daerah tersebut akan berjalan dengan lancar.

Adapun sarana dan prasarana yang terdapat di Kecamatan Mattiro Sompe yang mendukung kegiatan masyarakat. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Jumlah Sarana dan Prasarana yang terdapat di Kecamatan Mattiro Sompe

No.	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1.	Sarana dan prasarana peribadatan	
	1. Masjid	26
	2. Mushollah	7
2.	Sarana dan prasarana sekolah	
	1. TK	21
	2. SD	33
	3. SMP	5
	4. SMA	5
3.	Sarana dan prasarana olahraga	
	1. Sepak Bola	7
	2. Bola Volly	9
	3. Tenis Lapangan	2
	4. Bulu Tangkis	3
	5. Tenis Meja	12
	6. Takraw	10
4.	Sarana dan prasarana kesehatan	
	1. Puskesmas	5
	2. Poskesdes	5
	3. Posyandu	23

Sumber Data: BPS Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan Kondisi sarana dan prasarana keagamaan di Kecamatan Mattiro Sompe dapat digambarkan berdasarkan sarana tempat ibadah yang ada, pelaksanaan aktivitas keagamaan dan toleransi kehidupan beragama. Sarana peribadatan yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe yaitu masjid

sebanyak 26 dan mushollah sebanyak 7 buah. Penduduk Kecamatan Mattiro Sompe seluruhnya beragama Islam. Pelaksanaan kegiatan perayaan keagamaan seperti Hari Raya idul Fitri dan Idul Adha dan peringatan hari-hari besar agama Islam seperti Maulid Nabi Muhammad SAW, Isra' Mi'raj serta ibadah bulan Ramadhan seluruhnya. Hal ini adalah sebagai bentuk kerjasama yang baik antara masyarakat dengan lembaga-lembaga keagamaan yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe, seperti Remaja Masjid dan panitia hari-hari besar Islam.

Sarana pendidikan yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe berjumlah 62 buah. Dimana jumlah Taman Kanak-kanak (TK) sebanyak 21 sekolah, jumlah Sekolah Dasar (SD) sebanyak 33 sekolah, jumlah Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 5 sekolah, dan jumlah Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 5 sekolah. Keberhasilan pembangunan suatu wilayah sangat ditentukan oleh kualitas sumber daya manusianya. Pendidikan merupakan upaya meningkatkan sumber daya manusia tersebut. Oleh karena itu, peningkatan mutu pendidikan harus terus diupayakan, dengan mulai membuka beberapa kesempatan seluas-luasnya kepada penduduk untuk mengenyam pendidikan hingga pada peningkatan kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana pendidikan.

Sedangkan sarana dan prasarana olahraga di Kecamatan Mattiro Sompe digambarkan berdasarkan jumlah lapangan olahraga yang terdapat di setiap Desa yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe sebanyak 43 buah, dimana jumlah lapangan Sepak Bola sebanyak 7 lapangan, lapangan Bola Volley Sebanyak 9 lapangan, lapangan Tenis sebanyak 2 lapangan, lapangan Bulu Tangkis sebanyak 3 lapangan, lapangan Tenis Meja sebanyak 12 lapangan dan Takrow sebanyak 10

lapangan. dengan jumlah sarana dan prasarana yang ada sudah cukup memadai bagi masyarakat setempat.

4.1.3. Kondisi Pertanian

Potensi ekonomi Kecamatan yang paling menonjol adalah kolam/tambak seluas 2907,42 ha dan sawah 4.859 ha. untuk lebih mengetahui potensi yang dimiliki oleh Kecamatan Mattiro Sompe, dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Luas Wilayah Kecamatan Mattiro Sompe Menurut Penggunaannya

No.	Uraian	Luas (ha/m ²)
1	Persawahan	4.859
2	Tegalan	867,20
3	Pekarangan	442,00
4	Perkebunan	623,38
5	Kolam/Tambak	2907,42
	Jumlah	9.699

Sumber Data: BPS Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa lahan paling luas di Kecamatan Mattiro Sompe adalah lahan persawahan seluas 4.859 ha sedangkan lahan yang paling sempit adalah lahan pekarangan dengan luas lahan hanya 442,00 ha.

Sedangkan untuk mengetahui potensi yang dihasilkan di Kecamatan Mattiro Sompe dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Potensi, Komoditas dan Pemasarannya di Kecamatan Mattiro Sompe

No.	Potensi	Komoditas	Pemasaran
A.	Pertanian 1. Tanaman Pangan	Padi sawah, jagung, ubi jalar, ubi kayu, kacang hijau, kacang panjang, kangkung, jeruk besar, jambu biji, mangga, pisang, salak, pepaya, nangka	Pemasaran hasil pertanian, Peternakan dan Perikanan langsung ke konsumen, dan Pasar
B.	2. Perkebunan Peternakan	Coklat, Jambu Mete, dan kelapa dalam Sapi, Kuda, Kambing/ Domba, Ayam Buras, Ayam Ras, Itik, Itik Manila, Angsa, Ayam Ras Pedaging	Pengecer
C.	Perikanan	Udan, Ikan	

Sumber Data: BPS Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018

Tabel 7 menunjukkan bahwa masyarakat memiliki banyak peluang untuk meningkatkan kesejahteraannya masing-masing dengan memanfaatkan potensi komoditas pertanian, peternakan dan perikanan di Kecamatan Mattiro Sompe.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil

Hasil penelitian ini meliputi karakteristik petani sampel dan karakteristik responden lembaga pemasaran.

5.1.1. Karakteristik responden

a. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada keberhasilan suatu usaha. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data jumlah responden berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	18-25	2	5,00
2.	26-33	4	10,00
3.	34-41	9	22,50
4.	42-49	10	25,00
5.	50-57	9	22,50
6.	58-65	6	15,00
Jumlah		40	100,00

Sumber :Data Primer Setelah Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa tingkatan umur Responden bervariasi dimana jumlah sampel sebagian besar berada pada usia 42-49 sebanyak 10 responden dengan persentase sebesar 25,00%. responden pada usia antara 18-25 tahun sebanyak 2 orang dengan jumlah persentase sebesar 5,00% ini merupakan rentang usia responden yang paling sedikit pada penelitian ini. Pada usia antara 26-33 sebanyak 4 orang dengan jumlah persentase sebesar 10,00%.

Pada usia antara 34-41 sebanyak 9 responden dengan jumlah persentase sebesar 22,50%. Pada usia 50-57 sebanyak 9 responden dengan persentase sebesar 22,50%. Pada usia antara 58-65 sebanyak 6 responden dengan jumlah persentase sebesar 15,00%.

Usia sangat berpengaruh pada produktivitas usahatani padi yang ada di daerah tersebut. Usahatani padi sebaiknya dilakukan oleh petani yang berusia produktif karena tenaga yang digunakan lebih baik dibandingkan petani pada usia nonproduktif. Selain itu, petani cenderung mudah menerima informasi yang di berikan. Dengan usia tersebut diharapkan petani mampu membaca pasar dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penerimaan usahatannya (Eka Widiarti, 2010).

b. Tingkat pendidikan

Adapaun karakteristik responden petani berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 9 sebagai berikut :

Tabel9. Karakteristik Responden Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Tidak Sekolah	5	12,50
2.	SD	17	42,50
3.	SMP	9	22,50
4.	SMA	8	20
5.	S1	1	2,50
Jumlah		40	100,00

Sumber :Data Primer Setelah Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa rata-rata responden hanya memiliki tingkat pendidikan sampai Sekolah Dasar (SD) sebanyak 17 orang atau 42,50%, tingkat SMP sebanyak 9 responden atau 22,50%, tingkat SMA sebanyak

8 responden atau 20%, tidak sekolah sebanyak 5 responden atau 12,50% dan yang paling terendah adalah di tingkat S1 hanya 1 responden dengan persentase 2,50%.

c. Pengalaman usahatani

Pengalaman usahatani padi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap usahatani padi tersebut. Semakin lama usahatani padi yang dilaksanakan, menunjukkan bahwa para pelaku usahatani tersebut faham dengan usahatani yang dijalankannya. Adapun data untuk pengalaman usahatani dapat dilihat pada Tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usahanya Di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang.

No	Pengalaman Usahatani (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	1-7	24	60,00
2.	8-14	3	7,50
3.	15-21	5	12,50
4.	22-28	1	2,50
5.	29-35	4	10,00
6.	36-42	3	7,50
Jumlah		40	100,00

Sumber :Data Primer Setelah Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa umumnya responden mempunyai pengalaman usahatani 1-7 tahun adalah sebanyak 24 orang dengan persentase 60%, dari 8-14 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 7,50%, dari 15-21 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 12,50%, dan dari 22-28 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 2,50%. Dari 29-35 tahun sebanyak 4 orang

dengan persentase 10,00%. Dari 36-42 tahun sebanyak 3 orang dengan jumlah persentase 7,50.

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Adapun jumlah tanggungan keluarga untuk petani padi yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang dapat dilihat pada Tabel 11 sebagai berikut :

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga

No	Jumlah tanggungan keluarga	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Belum Berkeluarga	2	5,00
2.	1-2	6	15,00
2.	3-4	23	57,50
3.	5-6	9	22,50
	Jumlah	40	100,00

Sumber :Data Primer Setelah Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga terbesar adalah antara 3-4 sebanyak 23 orang dengan persentase 57,50%, antara 1-2 sebanyak 6 orang dengan persentase 15,00%, , antara 5-6 sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar 22,50% dan terdapat juga 2 responden yang belum memiliki tanggungan keluarga karena keduanya merupakan petani yang masih sangat muda.

e. Luas lahan

Luas lahan adalah besaran luas areal pertanian yang dikelola oleh para petani sampel. Untuk luas lahan yang dikelola oleh responden yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe dalam dilihat pada Tabel 12 sebagai berikut :

Tabel 12. Luas Lahan Petani Responden di Kecamatan Mattiro Sompe

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	0,20-0,66	12	30,00
2.	0,67-1,13	14	35,00
3.	1,14-1,60	6	15,00
4.	1,61-2,06	4	10,00
5.	2,07-2,53	0	00,00
6.	2,54-3	4	10,00
Jumlah		40	100,00

Sumber :Data Primer Setelah Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan luas lahan yang dimiliki oleh petani padi yang ada di daerah tersebut adalah antara 0,20-0,66 Ha sebanyak 12 orang dengan persentase 30,00%, antara 0,67-1,13 Ha sebanyak 14 orang dengan persentase 35,00% ini merupakan jumlah tertinggi dari data diatas, antara 1,14-1,60 Ha sebanyak 6 orang dengan persentase 15,00%, antara 1,61-2,06Ha sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 10,00%, antara 2,07-2,53 Ha tidak ada petani yang masuk dalam jumlah tersebut, dan antara 2,54-3 Ha sebanyak 4 orang dengan persentase 10,00%.

5.1.2. Karakteristik responden Lembaga pemasaran

Pada kegiatan pendistribusian barang, terdapat lembaga pemasaran pemasaran yang biasa digunakan oleh para pelaku yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Lembaga pemasaran ini sangat berperan dalam kegiatan pemasaran gabah sehingga gabah dapat disalurkan dengan baik dari petani hingga sampai kepada para pengusaha unit penggilingan padi. Pedagang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang biasa di

sebut “Padangkang Resa”. Karakteristik untuk lembaga pemasaran yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang antara lain yaitu umur, tingkat pendidikan dan pengalaman berdagang. Karakteristik lembaga pemasaran gabah dapat dilihat pada Tabel 13 sebagai berikut :

Tabel 13. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran

No	Uraian	Pedagang Perantara	Persentase (%)
1	Umur (tahun)		
	a. 36-41	1	25,00
	b. 42-47	1	25,00
	c. 48-53	2	50,00
	Jumlah	4	100,00
2.	Tingkat Pendidikan		
	a. Tidak Sekolah	1	25,00
	b. Tamat SD	-	-
	c. Tamat SMP	3	75,00
	d. Tamat SMA	-	-
	Jumlah	4	100,00
3	Lamanya usaha(tahun)		
	a. 1-17	3	75,00
	b. 18-34	-	-
	c. 35-50	1	25,00
	Jumlah	4	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 13 menunjukkan bahwa responden untuk lembaga pemasaran yang dijadikan sampel adalah sebanyak 4 orang yang semuanya merupakan pedagang perantara. Ke empat responden lembaga pemasaran masih dalam usia produktif. Usia untuk responden lembaga pemasaran gabah yang terlibat dalam harus dalam usia produktif di karenakan pada kegiatan pemasaran gabah sebagian besar kegiatan ini dilaksanakan pada saat malam hari dan kegiatan menimbang berat gabah hasil panen petani bahkan sampai subuh. Oleh sebab itu, di perlukan kekuatan fisik serta mental yang kuat dalam melaksanakan peran

sebagai penyalur pemasaran gabah sehingga gabah hasil panen para petani dapat sampai ke unit penggilingan padi.

Berdasarkan tingkat pendidikan dari para responden lembaga pemasaran gabah diatas dapat diketahui tingkat pendidikan mereka yaitu 1 orang pedagang tidak sekolah dan 3 orang pedagang memiliki tingkat pendidikan sampai di jengjang SMP. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi lembaga pemasaran dalam membaca informasi pasar mengenai harga gabah yang ada di pasaran.

Lamanya usaha yang dilakukan oleh para lembaga pemasaran gabah yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang adalah berkisar antara 1-16 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 75,00%. Berkisar antara 17-33 tahun tidak ada responden yang termasuk dalam kategori tersebut. Berkisar antara 34-50 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 25,00%. Lamanya pengalaman dalam melakukan kegiatan perdagangan gabah ini sangat berpengaruh agar peran pelaku pemasaran dapat membaca dan mengetahui kondisi pemasaran gabah. Dalam pemasaran gabah faktor rendemen juga sangat berpengaruh pada harga gabah oleh karena itu para pedagang harus mempunyai pengalaman dalam melihat gabah yang akan mereka beli sehingga tidak merugikan untuk dirinya dan juga para pengusaha unit penggilingan padi. Apabila pedagang yang melakukan kegiatan ini belum terlalu pengalaman dalam melihat kondisi gabah yang akan mereka jual ini akan mengakibatkan proses transaksi dari uang yang akan dibayarkan oleh pengusaha unit penggilingan padi akan lama sampai ke pedagang tersebut.

5.2. Pembahasan

5.2.1. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran sangat berperan pada kegiatan pemasaran gabah karena mereka menyalurkan gabah hasil panen dari petani padi hingga akhirnya sampai kepada konsumen dimana disini adalah unit penggilingan padi. Berdasarkan hasil penelitian, lembaga pemasaran yang terlibat pada kegiatan pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang yang terlibat adalah hanya pedagang perantara masyarakat dari daerah tersebut juga biasa menyebutnya sebagai “Padangkang Resa”. Pada saat menjelang panen para petani akan menghubungi para pedagang untuk mengambil gabah hasil panennya. Petani terkadang juga mendatangi langsung rumah dari pedagang tersebut karena para pedagang perantara hampir setiap desa yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe terdapat banyak pedagang di dalamnya.

Pembelian gabah ini dilakukan pedagang dengan mendatangi langsung tempat gabah hasil panen petani kemudian menghubungi pengusaha unit penggilingan padi yang menjadi mitranya. Sehingga para pelaku usaha unit penggilingan padi tersebut akan mengirim mobil truck untuk mengangkut gabah petani kemudian akan dibawa ke tempatnya. Dalam 1 mobil truck terdapat 100 karung gabah dengan berat perkarung rata-rata 110 Kg. apabila musim panen raya tiba para pedagang bahkan bisa mengisi sampai 4-5 truck gabah dalam satu malam. Cara pembayaran untuk gabah hasil panen petani terdapat dua macam cara yaitu dengan cara di kontan dan biasa menunggu 1 minggu setelah hasil gabah mereka diambil

5. 2.2. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga pemasaran yang dilalui dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang di peroleh pola saluran pemasaran adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Pola saluran Pemasaran Gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang

Pola saluran pemasaran pada hasil pengamatan penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh dua saluran pemasaran gabah yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang adalah sebagai berikut :

1. Pola Saluran Pemasaran I

Petani → Unit Penggilingan Padi (Konsumen)

Pola saluran pemasaran I petani menjual gabahnya langsung kepada pengusaha unit penggilingan padi. Pola saluran pemasaran ini sedikit petani yang menggunakannya dikarenakan untuk menjual gabah hasil panen dibutuhkan

jaringan yang kuat dengan para unit penggilingan padi. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan petani yang menjual gabah langsung ke unit penggilingan padi memiliki hubungan keluarga dan kerabat sehingga mereka dengan sangat mudah mampu untuk menjual gabah mereka ke unit penggilingan padi. Harga gabah yang di belikan oleh para unit penggilingan padi juga cukup tinggi yaitu Rp 4.400/Kg harga ini berbeda apabila kita menjual ke pedagang perantara mereka hanya akan membelinya seharga Rp.4.300/Kg.

2. Pola Saluran Pemasaran II

Petani → Pedagang Perantara → Unit Penggilingan Padi (konsumen)

Pola saluran pemasaran II petani padi menjual gabah kepada pedagang perantara kemudian pedagang perantara selanjutnya akan menjual gabah tersebut kepada para pemilik usaha unit penggilingan padi. Alasan para petani menjual gabahnya kepada para pedagang adalah karena para petani sudah terbiasa melakukan hal tersebut mereka menganggap hal ini lebih mudah meskipun harga yang ditawarkan oleh para pedagang tidak sama dengan harga apabila di jual langsung kepada para pengusaha unit penggilingan padi, alasannya yang lain adalah para pedagang mudah untuk di hubungi dan para pedagang rata-rata berdomisili dekat dengan para petani.

5. 2.3. Marjin Pemasaran

Rata-rata biaya keuntungan dan marjin pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang pada saluran pemasaran I dapat dilihat pada Tabel 14 sebagai berikut :

Tabel 14. Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Gabah Pada Saluran I di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang

No.	Uraian	Rp/Kg
1.	Petani Padi	
	a. Biaya pemasaran	-
	• Transportasi	-
	• Tenaga kerja	-
	Jumlah biaya pemasaran	-
	b. Harga Jual	4.400
2.	Unit Penggilingan Padi	4.400

Sumber : Data Primer setelah diolah 2019

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa harga jual ditingkat petani sama dengan harga jual di tingkat Unit Penggilingan Padi yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang yaitu sebesar 4.400. pada saluran pemasaran I ini tidak terdapat biaya pemasaran karena seluruh biaya baik itu transportasi berupa truck ataupun biaya tenaga kerja atau buruh angkut gabah semuanya ditanggung oleh pengusaha unit penggilingan padi. Oleh karena itu, pada saluran pemasaran I ini tidak terdapat biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan marjin pemasaran.

Untuk mengetahui besarnya marjin pemasaran gabah pada saluran pemasaran II yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe dapat dilihat pada Tabel 15 sebagai berikut:

Tabel 15. Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Gabah Pada Saluran II di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang

No.	Uraian	Rp/Kg
1.	Petani Padi	
	a. Harga jual gabah	4.300
2.	Pedagang Perantara	
	a. Harga beli	4.300
	b. Biaya pemasaran	
	• Transportasi	-
	• Tenaga kerja	10,00
	Jumlah biaya	10,00
	c. Marjin Pemasaran	100,00
	d. Keuntungan pemasaran	90,00
	e. Harga jual	4.400
3.	Unit Penggilingan Padi	
	a. Harga beli gabah	4.400

Sumber : Data Primer Setelah diolah 2019

Berdasarkan pada Tabel 15 diketahui bahwa hanya terdapat satu lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang yaitu pedagang perantara. Selanjutnya dari pedagang perantara kemudian akan menjual gabah itu kepada unit penggilingan padi dalam bentuk GKP (Gabah Kering Panen). Harga gabah yang ditawarkan oleh pedagang kepada para petani pemilik gabah adalah seharga Rp 4.300/Kg.

Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh para pedagang adalah biaya untuk tenaga kerja atau buruh angkut gabah yaitu sebesar Rp10,00 /Kg biaya ini hanyalah biaya untuk memberikan makanan kepada para buruh angkut tersebut sedangkan untuk upah yang sebenarnya akan dibayarkan oleh pengusaha unit penggilingan padi. Pada saluran pemasaran II tidak terdapat biaya transportasi

karena biaya transportasi untuk kendaraan berupa truck ditanggung oleh pengusaha unit penggilingan padi. Besarnya biaya pemasaran akan mempengaruhi margin pemasaran dengan keuntungan pemasaran. Margin pemasaran ditingkat pedagang perantara sebesar Rp. 100,00/kg, sedangkan keuntungan pemasaran sebesar Rp 90,00/Kg.

Harga beli gabah pada tingkat unit penggilingan padi sebesar Rp. 4.400/Kg. selisih harga antara harga jual ditingkat petani dengan harga beli ditingkat pedagang perantara dipengaruhi oleh adanya lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang perantara. Karena pedagang perantara mengeluarkan biaya pemasaran dan mencari keuntungan agar gabah dapat sampai ke Unit penggilingan Padi.

Berdasarkan hasil pengamatan sebagian besar petani yang ada di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang cenderung lebih memilih menjual gabah mereka kepada para pedagang perantara karena mereka menilai hal ini jauh lebih mudah dibandingkan menjual gabah hasil panennya langsung kepada unit penggilingan padi. Dan salah satu faktor pendukung mengapa petani menjual gabahnya kepada para pedagang perantara adalah dikarenakan para pedagang tersebut rata-rata berdomisili dekat dari petani contohnya saja salah satu desa yang saya jadikan sampel untuk penelitian ini adalah Desa Mattombong dimana para pedagang perantara yang ada juga berdomisili di desa tersebut.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai margin pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang terdapat dua pola saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung.
2. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II berbeda, pada saluran I, tidak terdapat margin pemasaran, hal ini disebabkan karena tidak ada lembaga pemasaran yang dilalui, sedangkan pada saluran II margin pemasaran yang diperoleh sebesar Rp 100/Kg.

5.2. Saran

Adapun saran dari hasil penelitian margin pemasaran gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang adalah Pemerintah harus bisa menjaga stabilitas harga ditingkat petani agar tidak terlalu anjlok dikarenakan hal ini membuat para petani merugi sebab biaya produksi yang mereka keluarkan cukup besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017. *Pengertian gabah*.<https://www.sampulpertanian.com/2017/10/pengertian-gkp-gks-dan-gkg-dalam-dunia.html>. diakses tanggal 4 juli 2019.
- Anonim. 2014. *Pedoman Pelaksanaan Pemantauan Harga Produsen Gabah dan Beras 2014*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang. <https://sirusa.bps.go.id/webadmin/pedoman/Pedoman%20Gabah%20dan%20Beras%202014.pdf>.diakses tanggal 4 juli 2019.
- Anonim . 2016. *Luas Panen dan Produksi Padi Menurut Kecamatan Kabupaten Pinrang Tahun 2010-2016*<https://pinrangkab.bps.go.id/dynamictable/2017/06/22/57/luas-panen-dan-produksi-padi-menurut-kecamatan-kabupaten-pinrang-tahun-2010-2016.html>.diakses tanggal 4 juli 2019
- Anonim. 2018. *Penurunan Harga Gabah di Kabupaten Pinrang*.<http://news.rakyatku.com/read/93941/2018/03/26/musim-panen-harga-gabah-di-pinrang-anjlok.html>.diakses tanggal 4 juli 2019
- Anindita, R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus, Surabaya.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Luas Penen dan Produksi Padi Menurut Kecamatan Kabupaten Pinrang*.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018. Kabupaten Pinrang*.
- Basu Swastha DH dan Irawan. 1991. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Djaslim Saladin. 2004. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya
- Eka Widiarti. 2010. *Analisis Marjin Pemasaran Jahe di Kabupaten Wonogiri*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta.
- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Firdaus Ahmad. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Salemba. Jakarta.
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. UMM Press. Malang.

- Hanafiah HM dan A.M. saefuddin. 2006. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Hasyim, A.I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Diklat Kuliah. Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Irmayani, M. Siri Dangnga, M. Sabir Laba. 2017. *Analisis Marjin Pemasaran Beras di Kecamatan Tiroang Kabupaten Pinrang*. Jurnal Prosiding Konfrensi Nasional Ke 6 Asosiasi Program Pasca Sarjan Perguruan Tinggi Muhammadiyah 'Aisiyah (APPPTMA). ISBN : 978-602-507 10-2-7. Jilid 3,VI + 229 halaman. Cetakan Pertama, Oktober.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan jilid 2. Dialihbahasakan oleh alexander Sindoro. Indeks. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, jilid 1. Indeks. Jakarta.
- Muhdiar. Andi S. Halimah. 2018. *Analisis Margin Pemasaran Beras di Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone*. Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian, Vol. 4 ISBN: S79-S86
- Mursid M. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta
- Napitupulu, Bismar, 2006, *Tataniaga Pemasaran*, Penerbit Airlangga, Jakarta.
- Nurul Aenunnisa. 2017. *Pola Distribusi Dan Margin Pemasaran Gabah Di Kabupaten Karawang*. Jurnal Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro. Semarang.
- Neuma, W.L. 2003. *Social Research Methods, Qualitative and Qantitative Approaches*. Fifth Edition. Boston. Pearson Edication.
- Prasetyo, T., A. Kamaruddin., K.D.I Made., H.T.Armansyah dan N. Leopold. 2008. *Pengaruh Waktu Pengeringan dan Tempering Terhadap Mutu Beras Pada Pengeringan Gabah Lapisan Tipis*. J. Ilmiah Semesta Teknik 11 (1) : 29- 37
- Sihombing, T. P. 2011, *Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (studi kasus PT. sumatera speciality coffees)*. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang. UMM Press.

Sudir dan B. Sutaryo. 2011. *Reaksi Padi Hibrida Introduksi Terhadap Penyakit Hawar daun Bakteri dan Hubungannya Dengan Hasil Gabah*. J. Penelitian Pertanian Tanaman Pangan 30 (2): 88-94.

Soekartawi. 2002. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia. Jakarta.

Tjahjono, H.K, dan Ardi, H. 2008. *Kajian Niat Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk Menjadi Wirausaha*. Utilitas Jurnal. Manajemen dan Bisnis. 16, 46-63.

Widiastuti N, Harisudin M. 2013. *Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupateng Grobongan*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Grobongan.



LAMPIRAN

Lampiran 1

DAFTAR KUESIONER

MARJIN PEMASARAN GABAH DI KECAMATAN MATTIRO SOMPE KABUPATEN PINRANG

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Pendidikan Terakhir :
4. Pekerjaan Pokok :
5. Pekerjaan Sampingan :
6. Pengalaman Usahatani :
7. Luas Lahan :
8. Jumlah Produksi :
9. Berat Per karung :
10. Jumlah Tanggungan Keluarga :

B. PEMASARAN GABAH

NO	Saluran Pemasaran	Harga
1.	a. Petani b. c. d. Unit Penggilingan Padi	

C. BIAYA PEMASARAN

Komoditi	Transport (Rp) (Rp) (Rp) (Rp)	Total Biaya (Rp)
Padi/Gabah					

D. PERTANYAAN PENDUKUNG

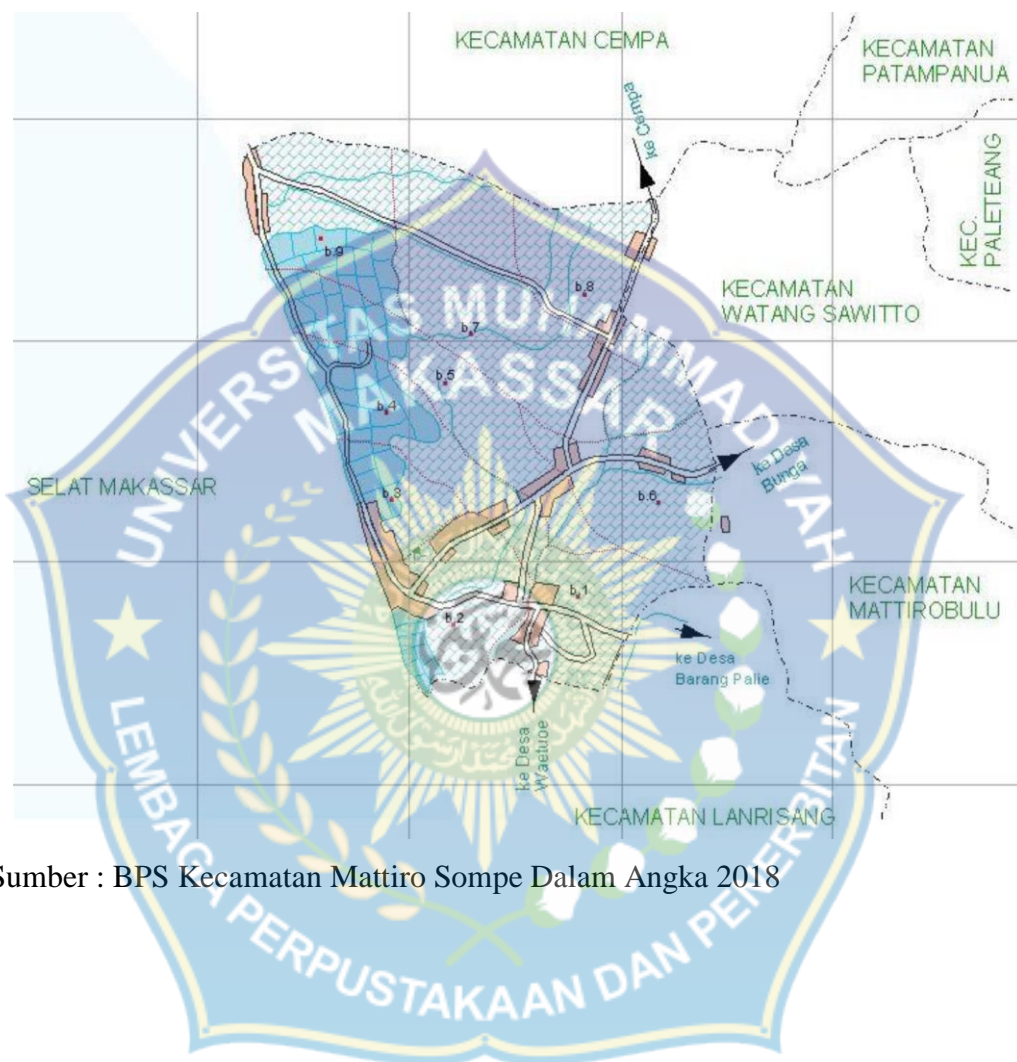
1. Setelah panen dimanakah Bapak/Ibu biasa menjual gabahnya?
2. Apaalasan Bapak/Ibu memilih menjual gabah ke Pedagang/unit penggilingan padi.....?
3. Apakah kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasaran gabah?
4. Apakah anda pernah menjual gabah langsung ke unit penggilingan padi?
5. Apakah Bapak/Ibu sudah puas dengan harga yang ditawarkan oleh para pedagang/...../...../Unit penggilinganPadi?
6. Berapakah harga gabah yang bapak tawarkan ke pedagang/unit penggilingan padi...? (khusus lembaga pemasaran)
7. Berapa jumlah truck yang biasa anda isi dalam melakukan pemasaran gabah....?
(Khusus untuk Lembaga Pemasaran)



Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian

SKETSA PETA

KECAMATAN MATTIRO SOMPE 2017



Sumber : BPS Kecamatan Mattiro Sompe Dalam Angka 2018

Lampiran 3. Identitas Responden

No	Nama Responden Petani	Luas lahan (Ha)	Umur	Pengalaman Usahatani (Tahun)	Jumlah tanggungan keluarga	Tingkat Pendidikan
1.	Aziz Iskandar	1,00	55	30	3	SD
2.	Lamassandra	1,20	60	40	3	SD
3.	Sirajuddin	3,00	53	30	5	SD
4.	Muh. Yusuf	3,00	50	30	3	SMP
5.	Munta	1,40	58	4	5	SD
6.	Ambo Dalle	0,25	56	1	5	Tidak Sekolah
7.	Muh. Saing	0,50	38	3	3	SMP
8.	Zainuddin	1,20	45	25	3	STM
9.	Lagali	0,70	50	10	5	SD
10.	Tassakka	0,80	64	1	4	Tidak Sekolah
11.	Subhan	1,00	29	4	2	SD
12.	Lapangurisan	0,20	60	40	6	Tidak Sekolah
13.	Muh. Syahril	0,60	20	3	-	SMP
14.	Samsul	1,00	46	20	4	SMP
15.	H. Latuo	1,00	64	40	3	SD
16.	Muh. Yusuf	0,20	41	10	5	SMA
17.	Usman	1,00	55	3	4	Tidak Sekolah
18.	Muh. Arsyad	0,20	47	2	5	SD
19.	Nasrullah	0,80	18	1	-	SMP
20.	Muh. Natsir	1,00	27	4	3	SD

No	Nama Responden Petani	Luas Lahan (Ha)	Umur	Pengalaman Usahatani (Tahun)	Jumlah tanggungan keluarga	Tingkat Pendidikan
21.	Nawir	1,50	29	1	2	SMA
22.	Hariewan	1,50	46	11	4	SMA
23.	Sarifuddin	1,00	42	2	6	SMP
24.	Tamrin	0,27	46	3	2	SD
25.	Muh. Irfan	2,00	30	20	3	SD
26.	Herman	0,80	38	5	2	SD
27.	Bahtiar	0,20	53	2	3	SD
28.	Irwan	0,60	34	1	4	SMP
29.	Muh. Edi	1,00	44	2	4	S1
30.	Paniring	2,00	55	3	2	SD
31.	Lababa	2,00	39	5	6	SMA
32.	Sukran	0,50	39	3	4	SMK
33.	Jamil	0,50	55	2	2	SD
34.	Basri	3,00	42	30	4	SMA
35.	Bahtiar	2,00	49	3	3	SMP
36.	Abd. Majid	3,00	47	2	4	Tidak Sekolah
37.	Herman	1,00	35	20	4	SMP
38.	Mustara	1,00	39	20	4	SD
39.	Onding Kanna	0,50	60	1	4	SD
40.	Mustamin	1,30	40	20	3	SMA

No	Nama Responden Lembaga Pemasaran	Umur	Pengalaman	Jumlah Tanggungan keluarga	Tingkat Pendidikan
1.	Muh. Yunus	36	12	4	Tidak Tamat
2.	Lukman	50	50	3	SMP
3.	La Sakka	48	2	5	SMP
4.	Sudirman	45	2	4	SMP



Lampiran 3. Rekapitulasi Data

No	Nama Responden Petani	Harga jual gabah (Rp/Kg)	Tujuan penjualan	Harga beli konsumen (Rp/Kg)	Marjin (Rp/Kg)	Biaya pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
1.	Aziz Iskandar	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
2.	Lamassandra	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
3.	Sirajuddin	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
4.	Muh. Yusuf	4.400	Pedagang	4.500	100	10,00	
5.	Munta	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
6.	Ambo Dalle	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
7.	Muh. Saing	4.500	Pedagang	4.600	100	10,00	90
8.	Zainuddin	4.400	Penggilingan padi	4.400	-	-	-
9.	Lagali	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
10.	Tassakka	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
11.	Subhan	4.500	Pedagang	4.600	100	10,00	90
12.	Lapangurisan	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
13.	Muh. Syahril	4.500	Pedagang	4.600	100	10,00	90
14.	Samsul	4.400	Pedagang	4.500	100	10,00	90

No	Nama Responden Petani	Harga jual gabah (Rp/Kg)	Tujuan penjualan	Harga beli konsumen (Rp/Kg)	Marjin (Rp/Kg)	Biaya pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
15.	H. Latuo	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
16.	Muh. Yusuf	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
17.	Usman	4.200	Pedagang	4.300	100	10,00	90
18.	Muh. Arsyad	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
19.	Nasrullah	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
20.	Muh. Natsir	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
21.	Nawir	4.500	Pedagang	4.600	100	10,00	90
22.	Hariewan	4.400	Pedagang	4.500	100	10,00	90
23.	Sarifuddin	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
24.	Tamrin	4.500	Pedagang	4.600	100	10,00	90
25.	Muh. Irfan	4.200	Pedagang	4.300	100	10,00	90
26.	Herman	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
27.	Bahtiar	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
28.	Irwan	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
29.	Muh. Edi	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90

No	Nama Responden Petani	Harga jual gabah (Rp/Kg)	Tujuan penjualan	Harga beli konsumen (Rp/Kg)	Marjin (Rp/Kg)	Biaya pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
30.	Paninring	4.500	Pedagang	4.600	100	10,00	90
31.	Lababa	4.500	Penggilingan padi	4.500	-	-	-
32.	Sukran	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
33.	Jamil	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
34.	Basri	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
35.	Bahtiar	4.300	Pedagang	4.400	100	10,00	90
36.	Abd. Majid	4.200	Pedagang	4.300	100	10,00	90
37.	Herman	4.600	Pedagang	4.700	100	10,00	90
38.	Mustara	4.400	Pedagang	4.500	100	10,00	90
39.	Onding Kanna	4.500	Pedagang	4.600	100	10,00	90
40.	Mustamin	4.400	Pedagang	4.500	100	10,00	90

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian



Gambar 4. Wawancara dengan petani



Gambar 6. Wawancara dengan pedagang



Gambar 7. Alat untuk mengetahui Kualitas Gabah

Lampiran 5. Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT-

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail :lp3munismuh@plasa.com



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 2285/05/C.4-VIII/VII/37/2019

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

Hal : Permohonan Izin Penelitian

02 Dzulqad'ah 1440 H

05 July 2019 M

Kepada Yth,

Bapak / Ibu Bupati Pinrang

Cq. Ka. Badan Kesbang, Politik & Linmas

di -

Pinrang

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 716/FP/A.2-II/VII/1440/2019 tanggal 4 Juli 2019, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : ISMAIL USMAN

No. Stambuk : 10596 02034 15

Fakultas : Fakultas Pertanian

Jurusan : Agribisnis

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Marjin Pemasaran Gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 6 Juli 2019 s/d 6 September 2019.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.

NBM 101 7716



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
SEKRETARIAT DAERAH**

Jl. Bintang No. Telp. (0421) 923058 - 922914
PINRANG 91212

Pinrang, 08 Juli 2019

Nomor : 070/264 /Kemasy.

Kepada

Lampiran : -

Yth, **Camat Mattiro Sompe**

Perihal : Rekomendasi Penelitian

di-

Tempat.

Berdasarkan Surat Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor.2285/05/C.4-VIII/VII/37/2019 tanggal 05 Juli 2019 Perihal Permohonan Izin Penelitian, untuk maksud tersebut disampaikan kepada Saudara bahwa:

Nama : **ISMAIL USMAN**
NIM : 10596 02034 15
Pekerjaan/Prog.Studi : Mahasiswa/Agribisnis
Alamat : Cengkong, Desa Mattombong, Kec.Mattiro Sompe, Kab.Pinrang
Telepon : 082345342798.

Bermaksud mengadakan Penelitian di Daerah / Instansi Saudara Dalam Rangka Penyusunan Skripsi dengan Judul "**MARJIN PEMASARAN GABAH DI KECAMATAN MATTIRO SOMPE KABUPATEN PINRANG**" Yang Pelaksanaannya pada tanggal 06 Juli s/d 06 September 2019.

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami menyetujui atau merekomendasikan kegiatan yang dimaksud dan dalam pelaksanaan kegiatan wajib memenuhi ketentuan yang tertera di belakang rekomendasi penelitian ini:

Demikian rekomendasi ini disampaikan kepada saudara untuk diketahui dan pelaksanaan sebagaimana mestinya.

An. **SEKRETARIS DAERAH**
Asisten Administrasi Umum

Drs. BAUSAWERIGADING

Pangkat : Pembina Utama Muda

Nip. 196011231 198803 1 087

Tembusan:

1. Bupati Pinrang Sebagai Laporan di Pinrang;
2. Dandim 1404 Pinrang di Pinrang;
3. Kapolres Pinrang di Pinrang;
4. Kepala Badan Kesbang dan Politik Kab.Pinrang di Pinrang;
5. Kepala Kantor Kementerian Agama Kab.Pinrang di Pinrang;
6. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
7. Camat Mattiro Sompe di Langnga;
8. Yang bersangkutan untuk diketahui;
9. Arsip.

Lampiran 6. Kartu Kontrol



**KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN 2019**

Nama : ISMAIL USMAN
 NIM : 105960203415
 Tempat Tgl Lahir : CENKONG, 30 Juni 1997
 Alamat/Asal Daerah : PINRANG
 No HP : 082 345 342 708
 Pembimbing : 1. Dr. JUMIATI, S.P., MM
 2. ANDI AMIRAN ASRIADI, S.P., M.P.D., M.Si

Hari Tanggal/Bulan/Tahun	Catatan Pembimbing	Paraf
Minggu, 19 Mei 2019	Revisi Bab 1 Pendahuluan	
Senin, 20 Mei 2019	Revisi Bab 2 Tinjauan Pustaka	
Selasa, 21 Mei 2019	Revisi Bab 3 Metode Penelitian	
Selasa, 18 Juni 2019	Revisi Proposal	
Sabtu, 3 Agustus 2019	bimbingan hasil	
Jumat, 16 Agustus 2019	bimbingan hasil	

Ketua Program Studi
Agribisnis

Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
 NBM : 873 162



**KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN 2019**

Nama : ISMAIL USMAN
NIM : 105960203415
Tempat Tgl Lahir : CENKONG, 30 JUNI 1997
Alamat/Asal Daerah : PINRANG
No HP : 082345342798
Pembimbing : 1. Dr. JUMIATI, S.P., MM
2. ANDI AMRAN ASHADI, S.P., M.P.D., M.Si

Hari Tanggal/Bulan/Tahun	Catatan Pembimbing	Paraf
23 mei 2019	Perbaikan Penulisan	
24 mei 2019	Penentuan Sampel	
27 mei 2019	Pembetulan Perbaikan	
29 mei 2019	Tinjauan Ristek	
31 mei 2019	kebangsaan PIR	
3 Juni 2019	Definisi Operasional	
19 Juni 2019	catatan kaki	
5 Agustus 2019	Bimbingan hasil	
6 Agustus 2019	berbimbingan hasil	
15 Agustus 2019	Perbaikan kesimpulan dan saran	
20 Agustus 2019	Perbaikan Skripsi	
23 Agustus 2019	Revisi Seminar hasil ACC ujian tutup	

Ketua Program Studi
Agribisnis

Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NBM : 873 162

Lampiran 7. Test Plagiat



RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Dusun Cengkong desa Mattombong Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang pada tanggal 30 Juni 1997 dari ayah Usman Iskandar dan Ibu Arafah. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara.

Pendidikan formal yang dilalui penulis adalah pada tahun 2003 masuk di SDN 205 Cengkong, pada tahun 2009 masuk di SMPN 1 Mattiro Sompe dan pada tahun 2012 masuk di SMK-PP (Pertanian Pembangunan) Negeri Rappang. Pada tahun 2015 penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar. Selama mengikuti perkuliahan penulis pernah magang di PT Sang Hyang Seri Unit Bisnis Regional VI Kabupaten Sidenreng Rappang.

Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul “Marjin Pemasaran Gabah di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang.