

**SALURAN PEMASARAN KACANG TANAH (*Arachis hypogaeae* L.)
DI DESA TAPUS KECAMATAN PAMPANGAN KABUPATEN
OGAN KOMERING ILIR**

Oleh

ERINDA MEI DWI YANTI

412014116



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

PALEMBANG

2019

HALAMAN PENGESAHAN
SALURAN PEMASARAN KACANG TANAH (*Arachis hypogaeae* L.)
DI DESA TAPUS KECAMATAN PAMPANGAN KABUPATEN
OGAN KOMERING ILIR

Oleh
Erinda Mei Dwi Yanti
412014116

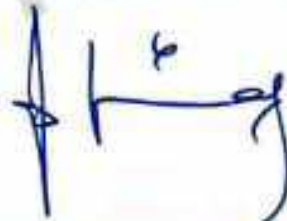
Telah dipertahankan pada ujian tanggal 11 Maret 2019

Pembimbing Utama,



Dr. Ir. Mustopa Marli BB, MP

Pembimbing Pendamping,



Innike Abdillah Fahmi, SP, M.Si

Palembang, 19 Maret 2019

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Palembang

Dekan,



Dr. Ir. Gusmiatun, MP.
NIDN/NBM. 0016086901/727236

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Erinda Mei Dwi Yanti
NIM : 412014116
Tempat / Tanggal Lahir : Sidang Emas/25 Mei 1996
Program Studi : Agribisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh – sungguh serta bukan merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi ini dengan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul jika terdapat pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini
3. Memberikan hak kepada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan, alih media, mengelola, dan menampilkan/mempublikasikan dimedia secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 04 Maret 2019



Erinda Mei Dwi Yanti
(Erinda Mei Dwi Yanti)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui saluran pemasaran kacang tanah di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir, (2) untuk mengetahui berapa besar margin dari setiap saluran pemasaran di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah petani yang menanam kacang tanah di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. Metode pengolahan data yang digunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, untuk menjawab rumusan masalah kedua digunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan rumus $MP = H_j - H_b$. Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) terdapat 4 (empat) saluran pemasaran kacang tanah di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. (2) Margin saluran pemasaran yang efisien terjadi pada saluran pemasaran kesatu yang salurannya di mulai dari petani langsung ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp.0,-

Kata kunci : Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Kacang Tanah.

ABSTRAK

This reserch aims to : (1) knowing the marketing channels for peanuts in Tapus Village, Pampangan District, Ogan Komering Ilir Regency. (2) to fint out how much the margin of each marketing channel is in Tapus Village, Pampangan District, Ogan Komering Ilir Regency. The method used in this study is the survey method, the sample in this study were farmers who planted peanuts in Tapus Village, Pampangan District, Ogan Komering Ilir regency. Data procrssing methods used descriptive analysis with quantitative approaches, to answer the first problem statementnamely descriptive analysis with a quantitative approach, to answer the second problem formulation, quantitative analysis is used by using $MP = H_j - H_b$. The conclusion of this study is (1) there are four marketing channels for peanuts in the villege of tapus, sub district of Pampangan Ogan Komering Ilir. (2) the efficient marketing channel margin occurs in the first marketing channel whose channel starts from the farmer directly to the final consumer, which is Rp.0,-

Keywords : Marketing Channel, Marketing Margin, Peanuts.

KATA PENGANTAR

Puji syukur bagi Allah SWT, yang senantiasa membimbing hamba-hambanya. Atas pertolongan dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “**Saluran Pemasaran Kacang Tanah (*Arachis Hypogaeae* L.) Di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir**” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak **Dr. Ir. Mustopa Marli BB, Mp** selaku pembimbing utama dan Ibu **Innike Abdillah Fahmi, SP, M.Si** selaku pembimbing pendamping, yang telah memberikan saran, petunjuk, motivasi dan membimbing dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman-teman dan semua pihak yang telah membantu memberikan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya tidak ada yang sempurna kecuali Allah SWT. Oleh Karena itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang konstruktif dalam rangka penyempurnaan skripsi ini.

Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan	8
BAB II. KERANGKA TEORITIS.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Tinjauan Pustaka.....	16
1. konsepsi Kacang Tanah.....	16
2. Konsepsi Pemasaran.....	19
3. Konsepsi Saluran Pemasaran.....	20
4. Konsepsi Margin Pemasaran.....	21
5. Konsepsi Biaya Pemasaran.....	22
6. Konsepsi Harga.....	23
C. Model Pendekatan	24
D. Hipotesis	25
E. Batasan Penelitian dan Overasional Variabel.....	25
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Tempat dan Waktu.....	26
B. Metode Penelitian.....	26
C. Metode Penarikan Contoh.....	26
D. Metode Pengumpulan Data.....	27
E. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	28

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	35
B. Identitas Petani Contoh.....	36
C. Identitas Pedagang Contoh.....	40
D. Hasil dan Pembahasan Saluran Pemasaran Kacang Tanah.....	43
E. Hasil dan Pembahasan Margin Pemasaran.....	51
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Luas Panen dan Produksi Kacang Tanah (<i>Arachis hypogaeae</i> L.) Kabupaten Ogan Komering Ilir 2016-2017.....	4
2. Perkembangan Harga Produsen dan Konsumen Menurut BPS Kabupaten Ogan Komering Ilir.....	5
3. Luas Panen dan Produksi Kacang Tanah (<i>Arachis Hypogaeae</i> L.) Kecamatan Pampangan.....	6
4. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu yang Sejenis	12
5. Pola Penggunaa lahan di Desa Tapus, 2018.....	30
6. Komposisi Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2018	31
7. Komposisi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2018	33
8. Keadaan Pendidikan Menurut Jenjang Pendidikan di Desa Tapus Kecamatan Pampangan,2018.....	35
9. Jumlah Petani Responden Berdasarkan Umur di Desa Tapus Kecamatan Pampangan, 2019.....	36
10. Tingkat Pendidikan Petani Contoh di Desa Tapus Kecamatan Pampangan, 2019	37
11. Jumlah Anggota Keluarga Petani Contoh di Desa Tupus Kecamatan Pampangan, 2019.....	38
12. Luas Lahan Usahatani di Desa Tapus Kecamatan Pampangan,2019.....	39
13. Data Pengalaman Bertani di Desa Tapus Kecamatan Pampangan, 2019.....	40
14. Pedagang Contoh Berdasarkan Umur di Desa Tapus Kecamatan Pampangan, 2019	41
15. Jumlah Pedagang Contoh Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Tapus Kecamatan Pampangan, 2019	42

16. Rata-rata Harga Jual Dari Setiap Lembaga Pemasaran di Desa Tapus Kecamatan Pampangan.....	50
17. Margin Pemasaran di tiap Lembaga Pemasaran Kacang Tanah di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2019.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Operasional Saluran Pemasaran Kacang Tanah (<i>Arachis hypogaea L.</i>) di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.....	45
2. Saluran Pemasaran Kacang Tanah di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2019	45
3. Rantai Saluran Pemasaran I	45
4. Rantai Saluran Pemasaran II	47
5. Rantai Saluran Pemasaran III.....	48
6. Rantai Saluran Pemasaran IV	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Lokasi di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir,.....	60
2. Identitas Petani Contoh di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir ,2019.....	61
3. Identitas Responden Pedagang Contoh	62
4. Harga Jual, Harga Beli Tiap Pedagang	63
5. Saluran pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2019.....	64
6. Peta Saluran Pemasaran Responden.....	65
7. Dokumentasi Hasil Penelitian,	65

BAB 1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian sangat ditentukan oleh sumber daya manusia yang berbeda di dalamnya. Apabila sumber daya manusia memiliki motivasi tinggi, kreativitas dan mampu mengembangkan inovasi, maka pembangunan pertanian dapat dipastikan semakin baik. Pembangunan pertanian menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas tanaman pangan melalui varietas unggul, telah mampu mengatasi persoalan kelaparan tiga dasawarsa terakhir. Peningkatan ekonomi pedesaan, sehingga akses daya beli terhadap bahan pangan juga meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berguna dalam menunjang pembangunan di sektor pertanian (Andrianto dan Taufik, 2014).

Sektor pertanian adalah sektor yang berbasis sumber daya alam, dimana sektor pertanian sangat tergantung pada keberhasilan pengoptimalan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki, dengan cara memperbaiki kehidupan petani melalui penganekaragaman jenis pangan, kehidupan industri dalam negeri meningkatkan pendapatan petani dan memperluas kesempatan kerja serta mendorong pemerataan kesempatan berusaha. Sektor pertanian dan industri cukup mendapat perhatian khususnya yang berkaitan dengan kebutuhan konsumsi pangan masyarakat. Sektor pertanian lebih berperan lagi bagi perkembangan sektor industri kalau sektor pertanian sebagai pemasok (*supplier*) bahan baku di sektor industri tersebut. Penggabungan kedua sektor tersebut dalam dunia pertanian dengan istilah agribisnis (Prakoso, 2000).

Sebagian besar wilayah Indonesia adalah wilayah pertanian, yang mayoritas usaha pertaniannya masih berupa usaha kecil berbasis keluarga, dengan produksi musiman, praktek kultivasi dan manajemen yang masih tradisional. Kebanyakan para petani kecil merupakan produsen mandiri, yang menjual hasil pertaniannya dengan daya jual rendah dan harus bertahan menghadapi *supplier* input dan produk pasar. Pemasaran pertanian ini terlihat kurang berkembang dengan indikator seperti tumpang tindihnya jalur-jalur pemasaran, infrastruktur, informasi

harga yang tidak tepat, minimnya produk pasca panen, dan pengemasan produk yang buruk (Suparta, 2010).

Kacang tanah merupakan komoditas kacang-kacangan terpenting kedua setelah kedelai yang produksinya tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan dalam Negeri. Ada dua jenis kacang tanah yang dibudidayakan di Indonesia yaitu kacang tanah tegak dan kacang tanah menjalar (Ningrum, 2015).

Kacang tanah dapat digunakan sebagai bahan untuk membuat keju, mentega, sabun, dan minyak goreng. Hasil sampingan dari minyaknya dapat dibuat bungkil (ampas kacang yang sudah dipipit/diambil minyaknya) dan dibuat oncom melalui fermentasi jamur. Sedangkan daunnya, selain dibuat sayuran mentah ataupun direbus, dapat digunakan juga sebagai bahan pakan ternak yang bergizi tinggi serta pupuk hijau. Selain itu, mengkonsumsi kacang tanah dapat menghilangkan radikal bebas, menurunkan tekanan darah dan kolesterol darah, serta dapat menghindari tubuh dari serangan jantung (Trisbiantara, 2008).

Kacang tanah dalam bentuk polong basah merupakan kacang tanah gelondong yang belum dipisahkan dari kulitnya, sehingga dalam takaran yang sama harga kacang tanah polong basah lebih rendah dari pada harga kacang tanah dalam bentuk gelondong polong kering. Biasanya para petani menjual kacang tanah ke pedagang pengumpul dalam bentuk gelondong polong basah, yang kemudian oleh pedagang tersebut ada yang dijual dalam bentuk gelondong polong kering.

Sumatera Selatan merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang menjadi sentra produksi kacang tanah yang cukup besar. Hal ini dikarenakan Provinsi Sumatera Selatan banyak petani yang mengandalkan tanaman kacang tanah sebagai tambahan mata pencarian dalam usaha pemenuhan kebutuhan hidup sehingga tidak mengherankan jika Provinsi Sumatera Selatan mempunyai lahan yang luas untuk pertanian terutama kacang tanah. Menurut data statistik pertanian bahwa luas panen kacang tanah di Sumatera Selatan tahun 2016 sebesar 594,461 ha dengan produksi sebesar 668,192 ton.

Pemasaran produk pertanian merupakan akhir dari kegiatan agribisnis. Sebelum petani memulai usaha budidaya tanaman pertanian baik sayur maupun palawija, maka sebaiknya telah terpikirkan tentang orientasi pasar. Karena setelah

berproduksi, keberhasilan petani ditentukan oleh kemampuannya dalam menganalisis dan mengantisipasi perubahan dan perkembangan pasar. Kondisi pemasaran menimbulkan suatu siklus/lingkar pasar suatu komoditas. Sistem pemasaran (*marketing*) baru bisa dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya dan mampu mengadakan biaya yang adil dari keseluruhan barang yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut (Daniel, 2002).

Rantai pemasaran merupakan suatu gambaran tentang jalur distribusi penyampaian komoditas dari satu pelaku pemasaran ke pelaku yang lain. Berdasarkan rantai pemasaran yang ada dapat diketahui biaya pemasaran yang dilakukan masing-masing pelaku. Rantai pemasaran komoditas pertanian tanaman pangan pokok umumnya pendek dan sedikit melibatkan pelaku pemasaran karena komoditas pertanian harus segera diolah agar tidak mengalami kerusakan (Nuryanti, 2005).

Proses penyampaian produk pertanian dari produsen agar sampai ke tangan konsumen memerlukan jasa pemasaran dari lembaga-lembaga pemasaran yang ada. Keuntungan yang diambil oleh setiap lembaga pemasaran serta biaya pemasaran merupakan komponen dari *margin* pemasaran, menyebabkan terjadinya perbedaan harga di tingkat produsen dan di tingkat konsumen. Menurut Handayani dan Minar (2000) dalam Hastuti (2005), perbedaan harga ini juga ditentukan oleh tingkat keterpaduan pasar. Keterpaduan pasar menunjukkan bahwa harga yang terjadi di pasar lokal (tingkat petani) mengikuti harga di pasar acuan (tingkat konsumen).

Keterpaduan pasar merupakan penggabungan antara beberapa lembaga pemasaran yang secara fungsional dan ekonomi menjadi satu kesatuan dalam sistem pemasaran. Analisis perilaku pasar ini terdapat dua pendekatan keterpaduan yaitu keterpaduan secara vertikal dan keterpaduan secara horizontal. Keterpaduan vertikal untuk melihat keadaan pasar antara pasar lokal, Kecamatan, Kabupaten dan pasar Provinsi bahkan pasar nasional. Analisis keterpaduan pasar

vertikal ini mampu menjelaskan kekuatan tawar menawar antara petani dengan lembaga pemasaran (Humairoh, 2008).

Fakta pemasaran kacang tanah di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir di pasarkan dalam bentuk polong basah, pemasaran kacang tanah meliputi wilayah Kecamatan Pampangan.

Adapun untuk mengetahui luas panen dan produksi kacang tanah di Kabupaten OKI dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen dan Produksi Kacang Tanah Dalam Angka di Provinsi Sumatera Selatan, 2016.

No	Kabupaten/Kota	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Ogan komering ulu	14	18	1,28
2	Ogan Komering Ilir	136	187	1,72
3	Muara Enim	95	160	1,68
4	Lahat	170	230	1,35
5	Musi Rawas	102	131	1,28
6	Musi Banyuasin	179	183	1,02
7	Banyuasin	112	88	0,78
8	Ogan Ilir	42	52	1,23
9	Empat Lawang	69	87	1,26
10	Pali	66	85	1,28
11	Musi Rawas Utara	15	19	1,26
Jumlah		1.000	1.240	14,14

Sumber : BPS Kabupaten, 2017.

Berdasarkan Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa Kabupaten Ogan Komering Ilir merupakan daerah memiliki potensi yang cukup baik untuk melakukan usahatani kacang tanah di Sumatera Selatan untuk komoditas tanaman kacang tanah dengan luas lahan sebesar 136 hektar dengan jumlah produksi sebesar 187 ton/tahun dan produktivitas 1,72 ton/tahun. Sedangkan daerah yang paling banyak dalam menghasilkan tanaman kacang tanah ini adalah daerah Lahat yaitu sebesar 230 ton/tahun dengan luas lahan 170 hektar dan produktivitasnya 1,35 ton/ha dan Musi Banyuasin sebesar 183 ton/tahun dengan luas lahan 179 hektar dan produktivitasnya 1,02 ton/ha kemudian daerah yang paling sedikit dalam

menghasilkan tanaman kacang tanah adalah Kota Ogan Komering Ulu yaitu dengan produksi 18 ton/tahun dengan luas lahan sebesar 14 hektar dan produktivitas nya 1,28 ton/ha.

Kegiatan pemasaran kacang tanah merupakan suatu rangkaian kegiatan yang terjadi dalam proses mengalirkan barang dan jasa dari sentra produksi ke sentra konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan bagi konsumen serta memberikan keuntungan bagi produsen.

Tabel 2. Harga Produsen dan Konsumen Kacang Tanah di Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2011-2015.

Tahun	Harga Produsen (Rp/Kg)	Pertumbuhan (%)	Harga Konsumen (Rp/Kg)	Pertumbuhan (%)
2011	10.721	9,34	15.737	16,87
2012	11.210	4,56	16.577	5,34
2013	11.799	5,25	17.844	7,64
2014	12.203	3,42	18.495	3,65
2015	13.479	10,46	23.272	25,83

Sumber : BPS, 2016.

Dari Tabel 2 dapat diketahui perkembangan harga produsen dan konsumen bahwa harga kacang tanah di Kabupaten OKI terus meningkat dari tahun ke tahun perubahan harga tertinggi di tingkat produsen terjadi pada tahun 2013-2015. Hal ini disebabkan karena sebagian besar produsen tidak menjual barang mereka kepada pengguna akhir secara langsung, diantara mereka terdapat sekelompok perantara yang melaksanakan beragam fungsi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya (1) faktor alam yang buruk, (2) minimnya pengetahuan akses pasar oleh petani dan (3) akses jalan yang rusak sehingga petani menjual hasil produksi ke pengumpul. Berdasarkan penjelasan di atas dan survei awal bahwa Desa Tapus merupakan salah satu Desa yang mengembangkan usahatani kacang tanah di Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Permasalahan yang dihadapi petani kacang tanah di Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir yakni sering berfluktuasinya harga sehingga petani pada umumnya mengalami kerugian karena kebanyakan dari petani tidak

mengetahui harga jual yang menguntungkan serta minimnya harga jual, kurangnya pasokan benih yang baik, kesulitan memasarkan hasil panennya, kurangnya dukungan riset pertanian yang memadai dan adanya hama penyakit serta tidak subur tanah di sana. Sehingga berdampak besar dari produksi dan pendapatan petani kacang tanah yang ada di masing-masing wilayah di Kecamatan Pampangan.

Adapun untuk mengetahui luas panen dan produksi kacang tanah di Kecamatan Pampangan Kabupaten OKI dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Luas Panen dan Produksi Kacang Tanah Menurut Kecamatan Dalam Kabupaten Ogan Komering Ilir Tahun 2016.

No	Kecamatan	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Lempuing	6	8	1,33
2	Lempuing Jaya	13	18	1,38
3	Mesuji	-	-	-
4	Sungai Menang	6	8	1,33
5	Mesuji Makmur	15	21	1,4
6	Mesuji Raya	27	37	1,37
7	Tulung Selapan	-	-	-
8	Cengal	-	-	-
9	Pedamaran	15	21	1,4
10	Pedamaran Timur	6	8	1,33
11	Tanjung Lubuk	-	-	-
12	Teluk Gelam	7	10	1,42
13	Kayu Agung	-	-	-
14	SP Padang	-	-	-
15	Jejawi	4	6	0,66
16	Pampangan	35	47	1,342
17	Pangakalan Lampam	-	-	-
18	Air Sugihan	2	3	1,5
Jumlah		136	187	14,462

Sumber : BPS Kecamatan. OKI, tahun 2017.

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa terdapat beberapa daerah di Kabupaten OKI yang mengusahakan budidaya kacang tanah. Adapun daerah penghasil kacang tanah terbesar di Kabupaten OKI adalah Kecamatan Pampangan

dengan luas panen sebesar 35 ha, produksi 47 ton, dan produktivitas 1,342 ton/ha. Kemudian daerah yang paling sedikit dalam menghasilkan kacang tanah adalah Kecamatan Air Sugihan dengan luas panen 2 ha, produksi 3 ton, produktivitas 1,5 ton/ha. Hal ini menunjukkan Kecamatan Pampangan memiliki potensi yang cukup baik untuk melakukan usahatani kacang tanah.

Bila ditelusuri lebih cermat komoditas kacang tanah dari wilayah Pampangan khususnya di Desa Tapus, rantai pemasarannya terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Pola umum pemasarannya dilakukan petani dengan menjual kepada pedagang pengumpul dan kemudian pedagang pengumpul tersebut menjual kepada pedagang besar dan pedagang pengecer. Pada beberapa kasus petani menjual langsung komoditas kacang tanah tersebut kepada konsumen secara eceran. Pedagang pengumpul desa sering menjual komoditas kacang tanah kepada pedagang besar, selain itu pedagang pengumpul desa sering menjual komoditas kacang tanah kepada pedagang pengecer di kota. Penjual komoditas kacang tanah biasanya dilakukan oleh petani di lahan dan di rumah petani, sehingga seluruh biaya pengangkutan dari rumah dan lahan ditanggung oleh pedagang pengumpul.

Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kacang tanah ini mengakibatkan biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran kacang tanah semakin besar sehingga margin pemasaran pada saluran pemasaran tersebut akan semakin besar atau semakin tinggi. Dengan tingginya margin pemasaran kacang tanah tersebut akan mengakibatkan semakin tidak efisiennya saluran pemasaran tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang ,“ **Saluran Pemasaran Kacang Tanah (*Arachis hypogaea* L.) di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir** ”. dengan pertimbangan bahwa Desa Tapus merupakan salah satu penghasil produksi kacang tanah di Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir yang memiliki lebih dari satu macam rantai pemasaran.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana saluran pemasaran kacang tanah yang terjadi di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir?
2. Berapa besar margin pemasaran dari tiap saluran pemasaran yang ada di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir?

C. TUJUAN

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran kacang tanah di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.
2. Untuk mengetahui besar margin pemasaran dari tiap saluran pemasaran di Desa Tapus Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Adapun kegunaan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi peneliti sebagai bahan tambahan informasi untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya tentang saluran pemasaran kacang tanah.
2. Bagi peneliti sendiri, penelitian ini merupakan bagian dari proses belajar yang harus ditempuh sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Sebagai informasi tambahan dan bahan pustaka bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 2000. Kacang tanah. Kanisius. Jakarta.
- Adisarwanto, T. 2000. Meningkatkan Produksi Kacang Tanah Di Lahan Sawah dan Lahan Kering, Penebar Swadaya. Jakarta.
- Affandi, Muhammad. 2010. Pola Pemasaran Semangka Di Desa Kayuara Kuning Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang. Palembang.
- Andriano, Taufik T. 2014. Pengantar Ilmu Pertanian : Agraris, Agrobisnis, Agroteknologi, dan Agroindustri. Global Pustaka Utama. Jakarta.
- Annidita, Raya dan Baladina, Nur. 2017. Pemasaran Produk Pertanian. Penerbit. Andi. Yogyakarta.
- Annisa R, Marzuki S, dan Roessali w. 2015, Analisis Pola Saluran Pemasaran Dan Margin Serta Efisiensi Ayam Broiler Pada Sistem Kemitraan Di Kabupaten Grobogan. Hal (1-3)Vol 4 N0 1 : 144-148, Semarang. Indonesia. 2015 –(<https://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/aaj>).
- Atika, Yani. 2015. Studi Saluran Pemasaran Bibit Karet Di Desa Kecamatan Banyuasin Kabupaten Banyuasin III. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang. Palembang.
- Badan Pusat Statistik Pusdatin. 2016. Perkembangan harga Produsen, Konsumen Kacang Tanah, Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Ogan Komering Ilir, 2017. Kabupaten Dalam Angka. Ogan Komering Ilir, Indonesia.
- Batubara, M, M. 2011. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Palembang. Palembang.
- Daniel, Moehar. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian (Teori Dan Aplikasi) PT Raja Grafindo Persada, Yogyakarta, Indonesia.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2003. *Undang-Undang No. 20 tahun 2003. Tentang Sistem Pendidikan Nasional. Depdiknas. Jakarta. Indonesia*.
- Firdaus. 2008. Manajemen Agribisnis. Pt Bumi Aksana. Jakarta.

- Frengki Y, Junaidi dan Rini H. 2018. Pola Pemasaran Ikan Laut Di Pasar Balai Selasa Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan Provinsi Sumatera Barat, Jurnal Pengolaan sumberdaya perairan Jurusan Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan. Vol 2, No 1 ojs.universitasmuarabungo.ac.id). Diakses 18 agustus 2018.
- Hanafie, Rita. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Andi Ofiset. Yogyakarta.
- Hastuti, A. D. 2005. Analisis Keterpaduan Pasar Komoditas Kedelai Antara Wonogiri Dengan Kota Surakarta. Skripsi S1(Tidak Dipublikasikan). Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Indonesia.
- Hasyim, H. 2006. Analisis hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus, Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguruan Tapanuli Utara). Jurnal Komunikasi, 18,1:22-27.
- Heryadi. A. Y 2011. Pola Pemasaran Sapi Potong Di Pulau Madura. Dosen Universitas Madura, Indonesia. (*journal of Social and Agricultural economics*), Vol 5 No.2. <https://Jurnal.unej.ac.id/index.php>. Diakses 12 juli 2018.
- Humairoh, Hapidoh. 2008. Analisis Keterpaduan Pasar Secara Vartikal Dalam Sistem Pemasaran Gula Kelapa di Kecamatan Kabut Kabupaten Banyuwangi. <https://digilib.untej.ac.id/go>. 28 juli 2018.
- Kotler, P. 1998. Manajemen Pemasaran Edisi Kesatu. Erlangga. Jakarta.
- Kusbandi, A. 2018. Analisis Pemasaran Bibit Karet Di Desa Lalang Sembawa Kecamatan Sembawa. Hal 18 dan 20-23Skripsi Universitas Muhammadiyah Palembang. Palembang.
- Lestari, Ova. 2016. Analisis Usahatani Dan Efesiensi Pemasaran Kopi (*Coffe Sp*) Di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tangamus. skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung. Indonesia.
- Manap, Abdul. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Marzuki, R. 2007. Bertanam Kacang Tanah. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ningrum, I, R. 2015. Cara Mudah Berkebun Kacang. Indopublika. Yogyakarta.
- Nurmala, dkk. 2012. Pengantar Ilmu Pertanian. Graha Ilmu Yogyakarta. Yogyakarta. Indonesia.

- Nuryanti, Sri. 2005. Analisa Distribusi Margin Pemasaran Gabah dan Beras Di Jateng. Agro-Ekonomi. No.1 th xxxv. PERHEPI. Jakarta. Di Akses 02 Agustus 2018.
- Kamsir. 2009. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta. Indonesia.
- Kementrian Pertanian, 2016. Komoditas Pertanian Sub Sektor Tanaman Pangan. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Kementrian Pertanian <https://Perpustakaan.Bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/166969>. Di akses 25 juli 2018.
- Rahardi, F. 2000. Agribisnis Tanaman Sayur, Penebar Swadaya. Bogor.
- Riswani, Yunita, Rosana. 2014. Pola Pemasaran Produksi Padi Lahan Pasang Surut Di Kabupaten Banyuasin, jurnal. Jurusan Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya, Hal (2-3). Jurnal Lahan, Vol 3 No.2: 138-144, 2014 –(Online, [Www.jlsuboptimal.unsri.ac.id](http://www.jlsuboptimal.unsri.ac.id)) Di akses 13 agustus 2018.
- Ratniati. N. K. 2007. Analisis Sistem Pemasaran Ternak Sapi Potong PT Giant Lampung jawa tengah. Skripsi Instutit Bogor, Bogor.
- Rukman, Rahmat. 2015. Kacang tanah. Kanisius. Yogyakarta.
- Patton, W dan Lokan, J. 2001. Perspectives On Donald Super Construct Of Career Maturity Internasional For Educational and Vocational Guidance.
- Purnomo Cahaya. 2018. Pola Pemasaran Ikan Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), Akademi Maritim Yogyakarta. Indonesia Hal (4-5). Vol 16 No 2. Majalah Ilmiah Bahari Jogja, 2018 – <https://jurnal.amy.ac.id> Diakses 28 agustus 2018.
- Prakoso, M. 2000. Pemberdayaan Petani Dalam Perspektif Pembangunan Kebijakasanaa dan Strategi Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. Jakarta.
- Sobri, K. 2015. Kewirausahaan Agribisnis. Penerbit Universitas Muhammadiyah Palembang. Palembang.
- Soesanto, Loekas dan Rahayuniati, R, F. 2013. Konpendium Penyakit-Penyakit Kacang Tanah. Graha Ilm. Jakarta.
- Soekartawi. 2003. Agribisnis, Teori dan Aplikasinya. PT Raya Grapindo Persada. Jakarta.
- Staton, Wiliam. J. 1998. Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ke Tujuh Erlangga. Jakarta.

- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Suratiah, ken. 2006. Ilmu usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suparta. 2010. Analisis Komperasi Usahatani Padi Sawah Metode SRI (*System Of Rice Intensification*) dan Konvensial Di Kecamatan Garih Kabupaten Ngawi. Universitas Pembangunan Nasional Veteran. Jawa Timur.
- Swasta dan Irawan. 2008. Pemasaran Moderen, Liberti Offest.
- Trisbiantara, Irene. 2008. Kacang Bikin Berjerawat, <http://www.dechacare.com>.
- Triantoro. 2013. Analisis Pemasaran Buah Pala. Universitas Muhammadiyah Palembang. Palembang.