

**ANALISIS MARJIN DAN SALURAN PEMASARAN UMBI
PORANG DI KELURAHAN BALLEANGIN DI KECAMATAN
BALOCCI KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN**

SKRIPSI

MUHAMMAD IBNU IQBAL

NIM: 16 60118 030



**FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
YAYASAN PERGURUAN ISLAM MAROS**

2020

**ANALISIS MARJIN DAN SALURAN PEMASARAN UMBI
PORANG DI KELURAHAN BALLEANGIN DI KECAMATAN
BALOCCI KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan
Kehutanan

Universitas Muslim Maros

Yayasan Perguruan Islam Maros

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian

MUHAMMAD IBNU IQBAL

NIM: 16 60118 030

**FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
YAYASAN PERGURUAN ISLAM MAROS**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul : Analisis Margin dan Saluran Pemasaran
Umbi Porang (Studi Kasus di Kelurahan
Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten
Pangkajene dan Kepulauan

Atas nama mahasiswa :

Nama : MUHAMMAD IBNU IQBAL

Nomor Induk Mahasiswa : 16 60118 030

Program Studi : Agribisnis

Telah diperiksa dan diteliti ulang, telah memenuhi persyaratan untuk disahkan.

Maros, Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Moh. Anwar Sadat, SP., M.Si
NIDN. 0924097702

Pembimbing II



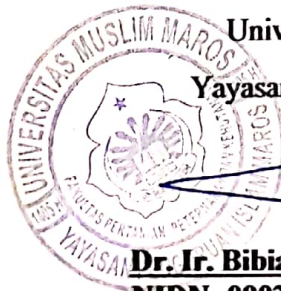
Azisah, STP., M.Si
NIDN. 0911028105

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan

Universitas Muslim Maros

Yayasan Perguruan Islam Maros




Dr. Ir. Bibiana Rini Widiati Giono, M.P
NIDN: 0902126604

HALAMAN PENGESAHAN

Pada hari ini, Sabtu tanggal Tiga Puluh Satu bulan Oktober tahun Dua Ribu Dua Puluh

Skripsi dengan judul : Analisis Margin dan Saluran Pemasaran
Umbi Porang (Studi Kasus di Kelurahan
Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten
Pangkajene dan Kepulauan

Atas nama mahasiswa :
N a m a : MUHAMMAD IBNU IQBAL
No. Pokok : 16 601180 30
Jurusan / Program Studi : Agribisnis

Telah disahkan oleh panitia ujian Skripsi yang dibentuk dengan surat keputusan Dekan FAPERTAHUT YAPIM No.050/SK/FAPERTAHUT-UMMA/VIII/2020, tertanggal 31 Agustus 2020 untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian, Jurusan Agribisnis, Program Studi Agribisnis, Pada Fakultas Pertanian, Perternakan dan Kehutanan, Yayasan Perguruan Islam Maros. (FAPERTAHUT – YAPIM).

Panitia ujian :

Ketua : Dr. Ir. Bibiana Rini Widiati Giono, M.P

Sekretaris : Dr. Arifin, STP., M. P

Penguji : 1. Prof. Dr. Ir. H. Zulkifli M.M

2. Abd. Asis Pata, SE., M.Si

3. Dr. Moh. Anwar Sadat, SP.,M.Si

4. Azisah, STP., M.Si

ABSTRAK

MUHAMMAD IBNU IQBAL, Analisis Margin dan Saluran Pemasaran Umbi Porang (Studi Kasus di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan) dibimbing oleh Mohammad Anwar Sadat dan Azisah.

Aspek pemasaran sangat penting dalam memasarkan hasil pertanian. Bila mekanisme pemasaran baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Sebuah usahatani yang produktifitasnya bagus akan gagal jika pemasarannya tidak baik. Saluran pemasaran memiliki peranan penting dalam kehidupan petani. Tanaman porang adalah salah satu tanaman yang sudah lama dikenal oleh masyarakat sejak jaman dulu. Sampai saat ini budidaya porang belum banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Tanaman tersebut kini mempunyai prospek yang menjanjikan karena memiliki nilai ekonomi yang bisa dibudidayakan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis saluran pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, dan menganalisis margin pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan selama dua bulan yaitu bulan April - Mei 2020. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Populasi penelitian ini adalah semua petani yang mengusahakan tanaman porang dan pedagang. Sampel petani diambil sebanyak 13 orang dengan metode *simple random sampling*. Untuk pedagang terdiri dari 4 tengkulak dan 2 pengumpul besar diambil secara sengaja (*Purposive*). Analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian adalah Terdapat dua saluran pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yaitu : (1) Saluran I : Petani → Tengkulak → Pengumpul Besar → Industri/Konsumen, dan (2) Saluran II : Petani → Pengumpul Besar → Industri/Konsumen. Margin pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan sebesar Rp. 2.500.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Margin pemasaran, Umbi Porang

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya Muhammad Ibnu Iqbal menyatakan bahwa karya ilmiah/skripsi ini adalah asli dari karya saya sendiri dan karya ilmiah ini belum pernah di ajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan strata satu (S1) dari Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Uniersitas Muslim Maros maupun perguruan tinggi lain.

Semua informasi yang di muat dalam karya ilmiah ini berasal dari penulis lain baik yang dipublikasikan atau tidak telah di berikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis seara benar dan semua isi dari karya Ilmiah/Skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

Maros, Agustus 2020

Penulis



MUHAMMAD IBNU IQBAL
16 60118 030

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah mengkaruniakan berkah dan kasih sayang-Nya sehingga atas izin-Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Analisis Marjin dan Saluran Pemasaran Umbi Porang di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan”** dengan penuh ketercapaian lainnya.

Penulis menyusun skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan dan Kehutanan Universitas Muslim Maros.

Pembuatan skripsi ini tentunya tidak luput dari bantuan berbagai pihak yang diberikan secara langsung ataupun tidak langsung kepada penulis. Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, teruntuk kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat penulis cintai dan sayangi, Ayahanda Ir. H. Ahmad Pramuda .MP dan Ibu Hj. Salmawati yang telah menjadi orangtua terhebat sejagad raya. Ayah dan ibu yang selalu memberi nasihat dan menanyakan progres dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas curahan kasih sayang, doa, nasihat, perjuangan, semangat serta dukungan yang kalian berikan sehingga penulis sampai ketahap ini. Semoga Allah memberikan kalian umur yang panjang

dalam kesehatan dan kebahagiaan agar bersama-sama dapat menikmati keberhasilan penulis dimasa depan.

2. Kepada istriku tercinta Husnul Khatimah dan anak – anakku tersayang Naurah Shabrina Ramadhani dan Muhammad Fayyadh Musyaffa yang setiap hari menemani proses demi proses pembuatan skripsi ini. Terimakasih atas pengertian, doa, dukungan semangat dan kasih sayangnya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Prof. Dr. Nurul Ilmi Idrus, M.Sc.,PhD selaku Rektor UIM beserta para Wakil Rektor Universitas Muslim Maros
4. Ibu Dr. Ir. Bibiana Rini Widiati Giono, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Universitas Muslim Maros
5. Bapak Mohammad Anwar Sadat, S.P.,M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fapertahut Universitas Muslim Maros dan menjadi Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Azizah, STP.,M.Si selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada Penguji Skripsi Bapak Prof. Dr. Ir. H. Zulkifli M.M dan Bapak Abd. Asis Pata, S.E.,M.Si. Terima kasih pak untuk segala ilmu, nasehat, kritik dan saran yang membangun sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik

8. Para dosen Fakultas Pertanian, Perternakan dan Kehutanan Universitas Muslim Maros Jurusan Agribisnis khususnya, yang telah memberikan bimbingan selama 4 (empat) tahun perkuliahan. Terima kasih atas segala pengalaman hidup dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama duduk di bangku perkuliahan
9. Seluruh staf Akademik Fapertahut UMMA yang telah membantu dalam pengurusan surat-surat kelengkapan selama penulis kuliah.
10. Mertua Tercinta, Ibunda Norma Alwi Terimakasih atas dukungan, doa, pengertian, semangat, dan kasih sayang.
11. Ketiga Kakak iparku, Muhammad Alam Nur, Muhammad Ali Akbar, Ahmad Nur dan Adik iparku Nur Faisah Terimakasih telah memberikan doa, dukungan, semangat/motivasi dan Hiburan
12. Keluarga Besar yang telah memberikan dukungan serta doa.
13. Kakanda senior Suriady ,SP dan Kakanda Chandra Ahmad Wali Karzyain. Terimakasih banyak telah banyak memberi penjelasan, motivasi dan arahan selama melaksanakan penelitian di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.
14. Teman-teman Agribisnis angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terimakasih telah belajar bersama selama proses perkuliahan, terima kasih atas canda tawa yang telah diberikan, terima kasih atas do'a, bantuan dan dukungannya selama ini, terima kasih telah memberikan hari-hari yang indah selama menempuh perkuliahan di

Fapertahut UMMA. Semoga kita semua sukses dunia dan akhirat.

Aamiin

15. Teman-teman KKN Angkatan III Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan Kecamatan Minasatene Posko Desa Panaikang. Terima kasih atas kerjasama dan pertemanan 40 hari. Semoga tali persaudaraan kita tetap terjalin.

16. Keluarga Besar Jurusan Agribisnis UMMA, kakak-kakak tingkat, adik adik tingkat, dan semua pihak yang tak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, terimakasih untuk semangat dan bantuan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak. Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin

Maros, Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pemasaran	7
B. Saluran Pemasaran	9
C. Margin Pemasaran	11
D. Tanaman Porang	13
E. Penelitian Terdahulu	16
F. Kerangka Pemikiran	17
III. METODE PENELITIAN	18
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	18
B. Jenis dan Sumber Data	18
C. Teknik Pengumpulan Data	18
D. Populasi dan Sampel	18
E. Metode Analisis Data	19
F. Definisi Operasional	19
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	21
A. Keadaan Geografis dan Topografi	21
B. Keadaan Tanah dan Curah Hujan	22
C. Luas Wilayah Menurut Penggunaanya	22
D. Keadaan Penduduk	23
E. Keadaan Sarana	24
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
A. Identitas Responden	26

B. Saluran Pemasaran Umbi Porang	30
C. Margin Pemasaran Umbi Porang	32
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	35
A. Kesimpulan	35
B. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	39

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Kerangka pemikiran	17
2. Saluran pemasaran Umbi Porang	31

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Luas lahan dan penggunaan Kelurahan Balleangin	22
2. Keadaan jumlah sarana Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan	24
3. Klasifikasi jumlah responden menurut golongan umur di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkep	27
4. Klasifikasi jumlah responden menurut tingkat pendidikan di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkep	28
5. Klasifikasi jumlah petani responden menurut jumlah tanggungan keluarga di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkep	30
6. Margin pemasaran pada kedua saluran pemasaran Umbi Porang di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan	34

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1. Identitas responden	39
2. Harga umbi porang di tingkat petani, tengkulak	40
3. Harga umbi porang di tingkat tengkulak	41
4. Harga umbi porang di pengumpul besar	42
5. Dokumentasi kegiatan penelitian	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris dimana sebagian besar penduduknya hidup dari hasil bercocok tanam atau bertani, sehingga pertanian merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam kesejahteraan kehidupan penduduk Indonesia. Komoditas yang seharusnya dikembangkan dalam rangka ketahanan pangan nasional adalah komoditas yang mempunyai potensi riil yang besar dan nilai ekonomis yang tinggi, serta diusahakan secara masal oleh masyarakat (Alam dan Khoerudin, 2019).

Pembangunan sektor pertanian merupakan salah satu bagian dari pembangunan nasional yang bertujuan meningkatkan produksi secara berkesinambungan, baik untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat ataupun untuk memenuhi kebutuhan bahan baku sektor industri. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Sari dkk., 2017).

Indonesia memiliki sumber daya alam cukup besar, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Dalam meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk pertanian Indonesia, dibutuhkan efisiensi dalam sistem produksi, pengolahan dan pengendalian mutu serta kesinambungan produk yang didukung oleh upaya promosi dan pemasaran.

Salah satu sub-sektor pertanian yang sangat penting adalah sub-sektor tanaman pangan dan hortikultura. Tanaman hortikultura memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari dan berperan sebagai sumber bahan makanan (Kesuma dkk., 2016).

Era globalisasi akan menyebabkan semakin terbukanya pasar, persaingan semakin ketat menuntut perubahan kebijakan pertanian yang berlandaskan pada mekanisme pasar dan semakin berperannya selera konsumen (demand driven) dalam menentukan aktivitas di sektor pertanian. Pembangunan sektor pertanian menghendaki peningkatan komersialisasi usahatani dengan pengelolaan yang efektif dan efisien (Zubaidi dan Sa'diyah, 2012).

Aspek pemasaran sangat penting dalam memasarkan hasil pertanian. Bila mekanisme pemasaran baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Kemampuan dalam memasarkan barang yang dihasilkan akan dapat menambah aset dalam upaya peningkatan dan pengembangan usahatani. Pemasaran hasil produksi suatu usahatani dalam memperoleh keuntungan yang maksimal akan tergantung dari pola distribusi atau saluran pemasaran (Januwiata, 2014).

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha pertanian karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh berbagai perantara dengan berbagai macam cara untuk menyampaikan hasil produksi (Wowiling dkk., 2018).

Sebuah usahatani yang produktifitasnya bagus akan gagal jika pemasarannya tidak baik. Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen adalah efisiensi pemasaran, karena melalui efisiensi pemasaran selain terlihat perbedaan harga yang diterima petani sampai barang tersebut dibayar oleh konsumen akhir, juga kebanyakan pendapatan yang diterima petani maupun lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran. Pemasaran produk pertanian cenderung kurang efisien, karena biasanya mempunyai rantai pemasaran yang panjang. Rantai pemasaran yang panjang cenderung mempengaruhi kualitas produk, besarnya margin pemasaran dan harga baik di tingkat petani maupun tingkat konsumen. Lembaga pemasaran khususnya di negara berkembang, yang dicirikan oleh lemahnya pemasaran hasil pertanian atau lemahnya kompetisi pasar yang sempurna, akan menentukan mekanisme pasar (Januwata, 2014).

Saluran pemasaran memiliki peranan penting dalam kehidupan petani. Oleh karena itu petani harus mengetahui saluran mana yang terbaik dalam melakukan pemasaran serta saluran mana yang lebih efisien, karena setiap saluran pemasaran memiliki perbedaan biaya yang dikeluarkan. Semakin panjang saluran pemasarannya maka semakin kecil pula keuntungan yang didapat petani, sebaliknya jika semakin pendek saluran pemasaran maka biaya dikeluarkanpun semakin sedikit dan diharapkan memberikan keuntungan bagi petani (Baru dkk., 2019).

Tanaman porang (*Amorphophallus muelleri* Blume) adalah salah satu tanaman yang sudah lama dikenal oleh masyarakat sejak jaman dulu. Sampai saat

ini budidaya porang belum banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Tanaman porang merupakan jenis tanaman umbi-umbian. Hasil tanaman ini berupa umbi yang mengandung glukomanan yang berbentuk tepung. Glukomanan tersebut apabila diproduksi secara besar-besaran dapat meningkatkan ekspor non migas, devisa negara, kesejahteraan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja (Rofik dkk., 2017).

Tanaman porang merupakan tanaman yang hidup di hutan tropis. Tanaman yang bisa juga ditanam di dataran rendah tersebut mudah hidup diantara tegakan pohon hutan seperti misalnya : Jati dan Pohon Sono. Tanaman tersebut kini mempunyai prospek yang menjanjikan karena memiliki nilai ekonomi yang bisa dibudidayakan. Selain itu, porang banyak sekali terutama untuk industri dan kesehatan, hal ini terutama karena kandungan zat Glukomanan yang ada didalamnya (Rofik dkk., 2017).

Sebagian warga Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan bersama-sama untuk membudidaya porang sebagai salah satu penghasilan dari usahatani tersebut mengingat warga telah memahami tentang keuntungan menanam porang yang meliputi umbi hasil, umbi bibit, katak (bulbil) dan biji. Petani porang di Kelurahan Balleangin hanya menjual umbi porang dalam bentuk hasil karena kebutuhan umbi porang hasil sebagai bahan baku semakin meningkat di dunia industri dan tidak menjual bibit untuk pengembangan di Kelurahan Balleangin. Untuk memudahkan penjualan hasil porang, para petani di Kelurahan Balleangin memasarkan hasil porang mereka kepada pembeli atau pedagang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan?
2. Berapa besar margin pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis saluran pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.
2. Untuk menganalisis margin pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi masyarakat itu sendiri penelitian ini bermanfaat agar lebih mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan penghasilan dan pengembangan umbi porang di Kecamatan Balocci.

2. Bagi Pemerintah terkait di Kabupaten Pangkep dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan prioritas dan intensitas pembinaan pada petani porang.
3. Bagi peneliti-peneliti lanjutan, hasil penelitian ini merupakan informasi awal untuk mengembangkan penelitian lainnya dibidang pertanian.
4. Untuk menambah kasanah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan umbi porang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Pemasaran merupakan semua kegiatan manusia yang dilakukan dalam hubungannya dengan pasar, yang berarti bekerja dengan pasar guna mewujudkan pertukaran potensial untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia (Kotler, 2000). Ketika pemasaran dilakukan secara efisien dan adil, pemasaran secara keseluruhan dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, peningkatan keuntungan produsen dan peningkatan kepuasan konsumen (Asmarantaka dkk., 2017).

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 pemilikan (*possession 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 kepada konsumen (Sudiyono, 2002).

Pemasaran merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha. Karena hasil akhir dari proses produksi penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut lembaga pemasaran (Kusuma, 2017). Pemasaran merupakan suatu usaha untuk

menyampaikan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Proses ini merupakan suatu alur yang melibatkan lembaga-lembaga tata niaga seperti agen, pedagang, pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, serta industri pengolahan dan sebagainya (Asrina dan Martina, 2017).

Tujuan Pemasaran adalah untuk mewujudkan usaha pemasaran yang tangguh, berdaya saing dan berkelanjutan untuk perusahaan. Tangguh dalam pengertian bahwa pemasaran yang unggul dalam persaingan dan tahan menghadapi gejolak ekonomi dan politik. Berdaya saing memiliki pengertian bahwa pemasaran dilaksanakan dengan mengintegrasikan empat komponen pemasaran yaitu *product, price, place*, dan *promotion*. Berkelanjutan mengandung pengertian bahwa pelaku pemasaran berorientasi jangka panjang dan tidak mengejar keuntungan sesaat (Riadho, 2010).

Adapun fungsi pemasaran yaitu antara lain : (1) penjualan, fungsi ini merupakan fungsi utama, karena bertujuan untuk segera menjual barang/jasa ke konsumen sehingga memperoleh keuntungan. (2) pembelian, bertujuan memilih barang yang akan dibeli untuk dijual kembali. Misalnya memilih harga, jenis, bentuk, mutu dan warna yang sekiranya dijual kembali akan memperoleh keuntungan. (3) pengangkutan, fungsi pemindahan barang dari tempat barang dihasilkan ke tempat barang dikonsumsi. Misalnya menentukan alat angkut ongkos dan lain-lain yang berhubungan dengan distribusi. (4) penyimpanan, merupakan fungsi untuk menyimpan barang-barang pada saat barang selesai diproduksi sampai pada saat barang dikonsumsi. Pembelian, fungsi mendapatkan modal baik dari sumber intern (pemilik) maupun *ekstern* (bukan pemilik). (5) penanggungan resiko,

adalah fungsi menghindari dan mengurangi resiko yang berkaitan dengan pemasaran barang, misalnya dengan program asuransi. (6) standarisasi, adalah batas-batas dasar dalam bentuk spesifikasi barang-barang, seperti ukuran jumlah, kapasitas, fisik dan kekuatan. (7) grading adalah usaha menggolonggolongkan barang ke dalam golongan standar kualitas yang telah mendapat pengakuan dunia perdagangan. Misalnya memeriksa dan menyortir dengan panca indera, dengan alat, atau melalui contoh. (8) pengumpulan informasi pasar, tentang macam barang yang beredar di pasar, jumlahnya, barang yang dibutuhkan konsumen, harganya dan sebagainya (Riadho, 2010).

B. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan suatu saluran distribusi (*channel of distribution*) dianggap mencakup suatu kelompok lembaga-lembaga yang melaksanakan keseluruhan kegiatan (fungsi) untuk mengalihkan produk disertai hak miliknya dari lingkungan produksi ke arah lingkungan konsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar, pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk atau jasa dipasarkan (Kusuma, 2017).

Saluran pemasaran merupakan seperangkat lembaga pemasaran yang menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen akhir, serta meliputi status kepemilikan barang ataupun perwujudan dari sistem pemasaran itu sendiri, yaitu memenuhi kebutuhan konsumen. Saluran pemasaran yang dipilih oleh petani dalam memasarkan produknya menentukan pendapatan petani dan berapa biaya yang

diperlukan petani untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Pendapatan petani akan meningkat dengan semakin efisiennya saluran pemasaran. Efisien tidaknya saluran pemasaran salah satunya dapat diketahui dari margin pemasaran. Apabila semakin besar margin pemasaran, maka harga yang diterima oleh petani produsen menjadi semakin kecil dan semakin menandakan bahwa sistem pemasaran tersebut tidak efisien (Indraswari dkk., 2015).

Saluran pemasaran adalah rangkaian proses menyalurkan barang yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran dari produsen hingga ke konsumen dimana sepanjang rantai tersebut terjadi penambahan nilai produk. Panjang dan pendeknya saluran pemasaran ditentukan oleh : (1) jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen akan semakin panjang saluran pemasaran yang ditempuh oleh komoditas tersebut. (2) Sifat produk. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen sehingga menghendaki saluran yang pendek dan cepat. (3) Skala Produksi. Jika produksi berlangsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil, sehingga akan tidak menguntungkan bila produsen langsung menjual ke pasar. Hal ini berarti membutuhkan kehadiran pedagang perantara dan saluran yang dilalui komoditas akan cenderung panjang. (4) Posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran karena dapat melakukan fungsi pemasaran lebih banyak dibandingkan dengan pedagang yang posisi keuangannya lemah. Dengan kata lain, pedagang yang memiliki modal kuat cenderung memperpendek saluran pemasarannya (Hardini dan Gandhy, 2019).

C. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli akhir. Biaya pemasaran akan semakin tinggi jika banyak pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran terhadap suatu produk sebelum sampai ke konsumen akhir. Semakin tinggi kualitas dari suatu produk yang diinginkan konsumen maka akan semakin meningkat biaya pemasarannya (Kai dkk., 2016).

Distribusi margin pemasaran dapat dijelaskan bahwa margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dan harga yang diterima petani. Berdasarkan pemasaran dijelaskan bahwa margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktifitas pemasaran suatu komoditi pertanian (Kai dkk., 2016).

Margin pemasaran adalah hasil pengurangan antara harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat petani (Indraswari dkk., 2015). Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi yaitu dari sudut pandang harga dan biaya pemasaran, pada analisis pemasaran yang sering menggunakan konsep margin pemasaran yang dipandang dari sisi harga, margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen. Margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta keuntungan lembaga-lembaga pemasaran yang membentuk distribusi margin pemasaran, dalam uraian tersebut marketing margin sama halnya dengan ongkos tataniaga (Pakpahan dan Damanik, 2018).

Margin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran (Jumiati dkk., 2013).

Margin merupakan suatu imbalan, atau harga atas suatu hasil kerja. Apabila ditinjau sebagai pembayaran atas jasa-jasa, margin menjadi suatu elemen yang penting dalam strategi pemasaran. Konsep margin sebagai suatu pembayaran pada penyalur mempunyai dasar logis dalam konsep tentang nilai tambah. Margin didefinisikan sebagai perbedaan antara harga beli dengan harga jual (Kusuma, 2017).

Margin pemasaran adalah selisih antara harga jual dengan harga beli atau biaya-biaya dan keuntungan yang diperoleh oleh lembaga yang melakukan kegiatan pemasaran. Besar margin pemasaran menunjukkan perbedaan harga di tingkat peternak dan harga di tingkat pengecer. Selisih dari harga di tingkat konsumen dan di tingkat produsen menunjukkan nilai margin pemasaran per unit (Hardini dan Gandhy, 2019). Terdapat tiga sifat umum dari margin pemasaran yaitu :

- 1) Margin pemasaran berbeda-beda pada setiap komoditas produk pertanian karena perbedaan setiap perlakuan atau penanganan produk.
- 2) Margin pemasaran akan cenderung naik dalam jangka panjang dan pendapatan peternak akan menurun. Hal ini disebabkan teknologi olahan maupun jasa

pemasaran akan semakin bertambah banyak dan pendapatan masyarakat juga semakin tinggi disebabkan kemajuan pembangunan.

- 3) Margin pemasaran relatif stabil dalam jangka pendek. Hal ini disebabkan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran relatif konstan.

D. Tanaman Porang

Tanaman porang (*Amorphophallus muelleri* Blume) merupakan komoditi tanaman yang termasuk kedalam famili *Araceae* dan merupakan tumbuhan semak (herba) dengan umbi tunggal di dalam tanah. Porang banyak tumbuh di hutan karena hanya memerlukan penyinaran matahari 50-60 persen. Porang dapat tumbuh baik pada tanah kering dan berhumus dengan pH 6-7. Umbi batangnya berada di dalam tanah dan umbi inilah yang dipungut hasilnya. Tanaman porang dikawasan hutan kebanyakan dibudidayakan dibawah tegakan tanaman jati dan sonokeling (Siswanto dan Karamina, 2016).

Penelitian terbaru membuktikan bahwa porang memiliki kandungan glukomanan tertinggi (35%). Untuk itu umbi porang saat ini banyak dicari orang karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Untuk keperluan pengembangan tanaman porang diperlukan informasi wilayah-wilayah yang sesuai (peta kesesuaian lahan). Salah satu kendala yang dihadapi dalam menyusun peta kesesuaian lahan tanaman porang, adalah belum tersedianya persyaratan lahan tanaman porang. Saat ini yang tersedia adalah persyaratan lahan tanaman iles-iles. Antara tanaman porang dan iles-iles memiliki beberapa perbedaan syarat tumbuhnya (Siswanto dan Karamina, 2016).

Suhu udara merupakan komponen iklim yang berpengaruh terhadap pertumbuhan dan hasil tanaman porang. Tanaman Porang termasuk golongan tanaman C3 yang tidak banyak membutuhkan cahaya, untuk itu tanaman porang membutuhkan intensitas cahaya antara 50-60%. Suhu optimum diperlukan tanaman agar dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh tanaman. Suhu yang terlalu tinggi akan menghambat pertumbuhan tanaman bahkan akan dapat mengakibatkan kematian bagi tanaman, demikian pula sebaliknya suhu yang terlalu rendah. Sedangkan cahaya merupakan sumber tenaga bagi tanaman (Siswanto dan Karamina, 2016).

Tanaman Porang tumbuh dari dataran rendah sampai 1000 m diatas permukaan laut, dengan suhu antara 25- 35⁰C, optimum pada suhu 22-30⁰C. Pada suhu diatas 35⁰C daun tanaman akan terbakar, sedangkan pada suhu rendah menyebabkan Porang dorman. Dengan meningkatnya suhu akan merubah keseimbangan yang akan menyebabkan kecepatan respirasi akan melebihi kecepatan fotosintesa, yang menyebabkan berkurangnya hasil umbi. Awal pembentukan umbi akan dirangsang oleh penyinaran pendek tetapi lamanya terbatas dan pertumbuhan umbi akan efektif dengan membatasi ukuran dan umur daun (Siswanto dan Karamina, 2016).

Tanaman Porang menghendaki curah hujan tinggi antara 300-500 mm/bulan, terutama pada saat pertumbuhan vegetatif pada bulan Desember sampai Februari. Ketersediaan air untuk tanaman iles-iles tidak hanya dipengaruhi curah hujan namun juga dipengaruhi jumlah bulan kering dengan curah hujan minimal 75 mm adalah 1-7 bulan (Siswanto dan Karamina, 2016).

Tanaman porang merupakan tanaman umbi-umbian yang mempunyai dua siklus hidup dan masa dorman. Dua siklus hidup tanaman porang yaitu siklus vegetatif dan siklus generatif. Siklus vegetatif dimulai pada musim penghujan dengan diawali pertumbuhan tunas, kemudian tumbuh akar pada tunas diatas umbi, diikuti batang semu dan daun. Pada masa kemarau, tanaman mengalami masa dorman (istirahat) dengan ditandai batang semu dan daunnya mengering selama 5-6 bulan. Jika musim hujan tiba berikutnya, tanaman porang yang tadi mengalami masa vegetatif dan dorman akan memasuki siklus vegetatif atau siklus generatif. Apabila memasuki siklus vegetatif, tanaman porang akan tumbuh batang dan daunnya, tetapi jika mengalami siklus generatif dari umbinya akan keluar bunga dan tidak terdapat daun. Bunga tersusun dari bunga-bunga yang menghasilkan buah dan biji (Hidayah, 2016).

Tanaman porang merupakan salah satu tanaman umbi-umbian yang memiliki manfaat dari umbinya yang lebih beragam dari pada tanaman umbi lainnya. Tanaman porang mengandung karbohidrat yang penting yaitu glukomanan. Kandungan Glukomanan pada tanaman porang paling tinggi dibandingkan dengan tanaman umbi lainnya dan juga merupakan satu-satunya sumber glukomanan bukan pohon yang cukup tinggi. Adanya Glukomanan membuat tanaman porang tidak hanya sebagai bahan pangan tetapi dapat digunakan membentuk gel, kestabilan, pengental, dan penyerap air yang baik. Dalam bidang kesehatan, glukomanan dapat membuat efek positif terhadap kesehatan, antara lain: menurunkan risiko kanker, berat badan, kolesterol jahat (LDL), dan mengurangi konstipasi (Hidayah, 2016).

E. Penelitian Terdahulu

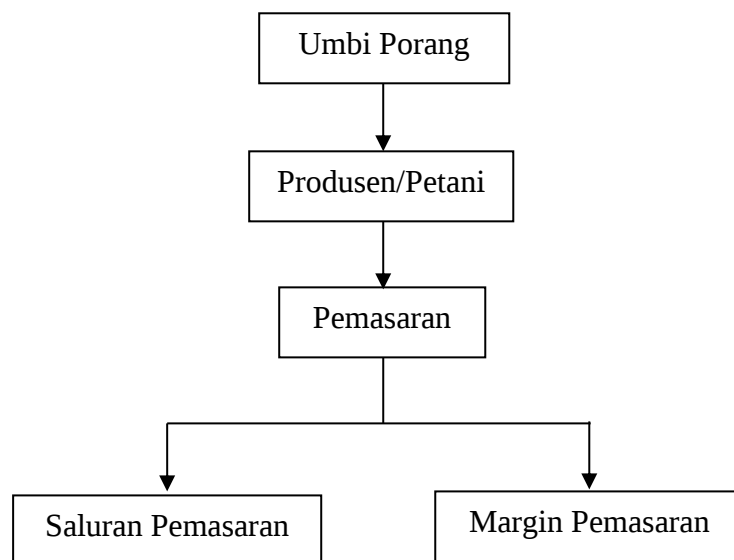
Hasil penelitian Jumiati dkk (2013), judul penelitian yaitu analisis saluran pemasaran dan margin pemasaran kelapa dalam di daerah perbatasan kalimantan timur. Tujuan penelitian adalah mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran kelapa dalam. Hasilnya adalah terdapat dua saluran pemasaran kelapa dalam di lokasi penelitian, yaitu saluran I : petani → pedagang pengumpul desa/kecamatan → pedagang pengumpul antar kabupaten/kota → konsumen, dan saluran pemasaran yang ke II : petani → pedagang pengumpul desa/kecamatan → pedagang pengumpul antar kabupaten/kota → pedagang pengecer → konsumen. Sedangkan margin pemasaran pada semua saluran pemasaran besar, distribusi margin belum merata, *share* harga yang diterima petani masih rendah, ratio keuntungan dan biaya bervariasi.

Hasil penelitian Kurnia dkk (2017), judul penelitian yaitu analisis saluran pemasaran kedelai (studi kasus pada kelompok tani Munding Bule di Desa Langkapsari Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis). Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui saluran pemasaran kedelai dari produsen sampai ke konsumen dan margin pemasaran. Hasilnya adalah terdapat 3 saluran pemasaran dari produsen sampai ke konsumen yang menggunakan saluran 2 tingkat dan saluran 3 tingkat. Sedangkan margin pemasaran pada saluran 1: Rp 1.314,06,- per ikat, saluran 2 : Rp 1.500,- per kilogram, dan saluran 3 : sebesar Rp 1.000,- perkilogram.

Hasil penelitian Kusuma (2017), judul penelitian yaitu analisis pemasaran jamur merang lembaga mandiri mengakar masyarakat (LM3) agrina di tanjong paya kecamatan peusangan Kabupaten Bireuen. Tujuan penelitian adalah untuk

mengetahui saluran dan margin pemasaran jamur merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina. Hasilnya adalah Sistem pemasaran jamur merang oleh LM3 Agrina dilakukan dengan 2 saluran yaitu langsung dan tidak langsung. Perbandingan hasil persentase margin pemasaran LM3 Agrina adalah 12,5 % dengan persentase yang diterimanya yaitu 87,5%.

F. Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu dari bulan April - Mei 2020.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur dari berbagai sumber yang dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung kegiatan pemasaran umbi porang.
- b. Wawancara, dilakukan untuk mengumpulkan data dari petani dan Pedagang dengan alat bantu berupa kuesioner.

D. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah semua petani yang mengusahakan tanaman porang dan pedagang. Sampel petani diambil sebanyak 13 orang dengan metode

simple random sampling. Untuk sampel pedagang terdiri dari 4 tengkulak dan 2 pengumpul besar diambil secara sengaja (*Purposive*).

E. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan untuk saluran pemasaran umbi porang adalah analisis deskriptif kualitatif. Untuk margin pemasaran umbi porang digunakan analisis sebagai berikut.

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan

M : margin pemasaran

Pr : harga di tingkat konsumen

Pf : harga di tingkat produsen/petani

F. Definisi Operasional

Untuk memudahkan penelitian ini perlu adanya batasan pengertian yang berhubungan dengan judul sebagai berikut :

1. Petani adalah orang yang terlibat langsung dalam kegiatan usahatani tanaman porang.
2. Tanaman porang adalah salah satu jenis tumbuhan umbi-umbian.
3. Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran umbi porang dari produsen sampai ke konsumen akhir.
4. Margin pemasaran adalah perbedaan atau selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen.

5. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh produsen atau lembaga pemasaran dalam proses pergerakan umbi porang dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir.
6. Lembaga pemasaran adalah orang, perusahaan atau lembaga yang terlibat langsung dalam pengaliran umbi porang dari produsen sampai konsumen.
7. Pedagang pengumpul/tengkulak adalah orang yang membeli umbi porang dari produsen kemudian disimpan pada suatu tempat dan dijual kembali kepada pedagang lain.
8. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli umbi porang dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul/tengkulak atau langsung dari produsen.
9. Konsumen akhir adalah pembeli umbi porang dari produsen atau pedagang pengecer/tengkulak.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Geografis dan Topografi

Kelurahan Balleangin terletak di wilayah Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, jarak kelurahan ke ibukota kecamatan ± 700 m, jarak kelurahan ke ibukota kabupaten ± 21 km serta jarak kelurahan ke ibukota provinsi Sulawesi Selatan ± 59 km.

Luas wilayah Kelurahan Balleangin yaitu 2.340 ha dan secara administratif terbagi dalam 6 lingkungan RW dengan batas-batas wilayah sebagai berikut

- Sebelah Utara berbatasan dengan Gunung Desa Bantimmala
- Sebelah Timur berbatasan dengan Gunung Desa Tompo Bulu
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Balocci Baru
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Gunung Kabupaten Maros

Keadaan topografi Kelurahan Balleangin adalah tanah datar, dan pegunungan (batu dan tanah), dengan ketinggian dari permukaan laut 0 - 70 m, pada umumnya merupakan daerah persawahan. Wilayah Kelurahan Balleangin terdiri dari tanah datar, gunung batu dan pegunungan tanah. Keadaan tanah tersebut ditumbuhi hutan kayu dengan berbagai macam jenis, sekarang dijadikan sebagai hutan lindung karena bermunculan beberapa mata air yang dapat dimanfaatkan masyarakat kelurahan Balleangin khususnya untuk mengairi tanah pertanian.

B. Keadaan Tanah dan Curah Hujan

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diambil dari stasiun curah hujan, diperkirakan dapat mewakili kelurahan Balleangin dengan curah hujan tipe C2, dengan curah hujan tahunan selama 5 – 6 bulan berturut-turut bulan basah (200 mm/bulan) dan 2 – 4 bulan berturut-turut bulan kering (100 mm/bulan). Curah hujan tertinggi terjadi antara bulan Desember – Maret dan curah hujan terendah terjadi antara bulan Juli – September setiap tahun.

Keadaan tanah dalam wilayah Kelurahan Balleangin adalah (1) tanah datar, tanahnya berwarna coklat kehitam-hitaman campur pasir halus untuk pengembangan tanaman pangan; (2) pegunungan batu yang berwarna hitam dan hijau muda pengembangannya cocok untuk tambang golongan C dan tambang marmer; dan (3) tanah pegunungan, tanahnya berwarna kuning muda yang pengembangannya cocok untuk tanaman perkebunan dan buah-buahan.

C. Luas Wilayah Menurut Penggunaanya

Luas lahan dan penggunaannya di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas lahan dan penggunaan Kelurahan Balleangin

No.	Jenis Lahan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1.	Lahan sawah	302	58,19
2.	Tanah kering	124	23,89
3.	Tambak	7,3	1,40
4.	Tegalan	39	7,51
5.	Perumahan	35	6,74
6.	Industri	10	1,92
7.	Lainnya	1,7	0,32
Jumlah		519	100

Sumber Data : Kecamatan Balocci Dalam Angka, 2018

Dari luas wilayah 519 ha tersebut diatas yaitu 302 ha atau 58,19% merupakan area persawahan sebagai sumber penghasilan utama yang cukup memberikan penghidupan yang layak dan kesejahteraan bagi penduduk di wilayah tersebut. Karna itu tanah tersebut dapat ditanami padi dan palawija.

Tanah kering yang luasnya 124 ha atau 23,89% dapat dimanfaatkan sebagai usahatani jagung dan merupakan potensi yang dimiliki kelurahan Balleangin. Sedangkan tambak, tegalan, perumahan, industri, dan lainya seluas 93 ha atau 17,89%.

D. Keadaan Penduduk

Komposisi penduduk berdasarkan umur penting untuk mengetahui banyaknya angkatan kerja dan ketergantungan penduduk. Komposisi ini dibedakan menjadi tiga golongan yaitu penduduk belum produktif yaitu penduduk berusia 0 s/d 15 tahun, penduduk produktif yaitu penduduk berusia 16 s/d 60 tahun, dan penduduk tidak produktif yaitu penduduk berusia 61 tahun ke atas. Jumlah penduduk di Kelurahan Balleangin sebanyak 4.547 jiwa yang terdiri dari laki-laki 2.207 jiwa dan perempuan 2.340 jiwa. Untuk penduduk ditinjau dari sisi penganut agama yaitu 4.543 orang beragama Islam dan 4 orang beragama Kristen. Sedangkan jumlah penduduk di Kelurahan Balleangin berdasarkan mata pencaharian yaitu : 560 sebagai petani, 207 sebagai buruh tani, 94 pegawai negeri (ASN), 12 sebagai TNI/Polri, 220 sebagai wiraswasta, 17 sebagai pedagang, 69 sebagai tukang, 54 sebagai pensiunan, dan 139 dan lain-lain.

E. Keadaan Sarana

Sarana pendidikan, kesehatan, keagamaan, perekonomian, dan kelembagaan sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan jenjang pendidikan, pemenuhan kebutuhan hidup secara sehat dan pemenuhan kebutuhan spiritual dalam mencapai keseimbangan pencapaian dunia dan akhirat serta ketentraman batin. Sarana perekonomian merupakan salah satu faktor yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam menjalankan roda kehidupan ekonomi. Hal ini berkaitan dengan aktivitas masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli produk-produk dihasilkan. Adapun jenis dan jumlah sarana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Keadaan jumlah sarana Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan

No.	Kelembagaan	Unit
1.	Koramil	1
2.	Pos Hansip/Pos Kamling	6
3.	YPAC	1
4.	Karang Taruna	1
5.	PKK	1
6.	TK	3
7.	SD	5
8.	SMP	2
9.	SMK	1
10.	Sekolah Dasar Luar Biasa (SDLB)	1
11.	Industri Penggilingan Padi	16
12.	Kelompok Tani	14

Sumber : Kecamatan Balocci Dalam Angka, 2018

Tabel 2 menunjukkan tentang keadaan jumlah dan jenis sarana di Kelurahan Balleangin dalam meningkatkan kualitas dalam memenuhi kebutuhan Masyarakat. Masyarakat petani di wilayah Kelurahan Balleangin telah membentuk lembaga

petani yang disebut kelompok tani. Kelompok tani merupakan salah satu bentuk wujud nyata untuk lebih memudahkan sampainya informasi tentang inovasi (teknologi) dari penyuluh pertanian lapang (PPL) kepada petani sebagai pengguna jasa teknologi tersebut. Melalui kelompok tani dapat dibina suatu kerja sama yang baik antar anggota dalam kelompok antar kelompok dengan lembaga lain. Oleh karena itu kelompok tani dapat difungsikan sebagai kelas belajar, unit produksi usahatani dan wahana kerjasama antar anggota kelompok atau kelompok dengan pihak lain.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri yang dimiliki oleh petani dan pedagang pada kondisi suatu daerah atau di lokasi penelitian. Identitas responden perlu dilakukan untuk mengenal karakteristik dan perilaku berdasarkan kondisi wilayah yang dijadikan lokasi penelitian. Pada penelitian ini dibahas mengenai karakteristik responden terdiri dari umur, pendidikan, dan jumlah tanggungan keluarga.

1. Umur

Umur produktif sangat membantu dan banyak menggunakan tenaga kerja manusia dalam mengelola suatu usaha yaitu dalam hal ini usahatani. Umur yang masih muda sangat membantu dan memperlancar dalam mengelola dan menjalankan usahatani. Mengusahakan usahatani lebih banyak menggunakan tenaga fisik. Umur petani akan mempengaruhi kecakapan dan cara kerja dalam melaksanakan usahatani. Petani yang relatif muda dengan tenaga yang kuat akan lebih cepat menerima inovasi yang dianjurkan dan lebih berani dalam mengambil keputusan dalam menerapkan suatu teknologi khususnya di bidang pertanian. Semakin tua umur petani ada kecenderungan kegiatan usahatani akan semakin menurun karena keterbatasan kemampuan dalam hal tenaga kerja dan akan berpengaruh terhadap keberhasilan untuk mencapai pendapatan usahatani yang

diharapkan. Untuk lebih jelasnya jumlah petani responden menurut golongan umur dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Klasifikasi jumlah responden menurut golongan umur di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkep

Umur Responden (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
35 – 47	8	42,11
48 – 60	7	36,84
61 – 73	4	21,05
T o t a l	19	100,00

Sumber : Data primer diolah, 2020.

Tabel 3 menunjukkan bahwa, umur responden lebih dominan pada umur produktif (15 - 60 tahun) dibanding dengan umur belum produktif dan umur tidak produktif. Dominannya umur produktif yaitu 78,95%, sedangkan umur belum produktif 0% dan umur tidak produktif 21,05%. Umur produktif sangat diharapkan dalam berkontribusi terhadap peningkatan produksi dan pendapatan dalam mengelola usahatani. Umur produktif memberikan pengaruh positif terhadap pengelolaan usahatani untuk mencapai hasil yang optimal dan maksimal. Umur produktif juga berdampak positif terhadap penyerapan inovasi baru dalam menerapkan teknologi. Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi para petani dalam mengambil keputusan. Pada penambahan umur juga mempengaruhi kemampuan fisik dalam melakukan aktifitas dan cara berpikir seseorang serta merespon terhadap teknologi baru dan menjamin mutu keterampilan petani dalam mengelola usahatannya.

2. Pendidikan

Pendidikan mempunyai peranan penting terhadap kemajuan suatu usahatani, karena pendidikan merupakan hal yang sangat penting bagi seseorang agar dapat dengan mudah untuk menerima hal yang baru (Kurnia, 2017). Tingkat pendidikan formal mencerminkan bahwa kualitas sumberdaya manusia lebih maju apabila dibandingkan dengan yang tidak berpendidikan. Tingkat pendidikan formal merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan, untuk mempercepat penyerapan teknologi dan keterampilan berusaha. Tingkat pendidikan juga berpengaruh terhadap pola pikir petani dalam mengambil dan memutuskan keputusan. Tingkat pendidikan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas produktivitas kerja dan capaian keberhasilan dalam mengelola usahatani yang lebih baik, sehingga berpengaruh pada peningkatan pendapatan. Tingkat pendidikan yang dimiliki responden dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Klasifikasi jumlah responden menurut tingkat pendidikan di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkep

Tingkat Pendidikan	J u m l a h (jiwa)	Persentase (%)
Tidak Tamat SD	2	10,53
SD	4	21,05
SLTP	6	31,58
SLTA	6	31,58
Sarjana	1	5,26
T o t a l	19	100,00

Sumber : Data primer diolah, 2020.

Tabel 4 menunjukkan tingkat pendidikan responden lebih dominan pada tingkat pendidikan menengah yaitu SLTP dan SLTA. Kontribusi tingkat pendidikan menengah (SLTP + SLTA) yaitu sebesar 63,16%, kemudian diikuti tingkat pendidikan SD, tidak tamat SD dan Sarjana. Dominannya tingkat pendidikan menengah tersebut, maka perlu ditingkatkan untuk mencapai pendidikan yang tinggi. Peningkatan pendidikan dapat dilakukan dengan cara yaitu memberikan kesempatan untuk studi lanjut atau pelatihan yang terkait pengelolaan usaha dan usahatani. Tujuan peningkatan pendidikan adalah peningkatan kualitas dan pengelolaan usahatani, sehingga produksi dan pendapatan dapat ditingkatkan dan kesejahteraan keluarga petani juga meningkat.

3. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga merupakan semua orang yang berada dalam satu keluarga atau satu rumah tangga yang menjadi tanggungan petani termasuk petani itu sendiri sebagai kepala keluarga. Kepala keluarga tersebut bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup dan kesejahteraan keluarganya. Anggota keluarga berpengaruh terhadap pemenuhan tenaga kerja dalam usahatani keluarga tersebut. Semakin banyak tenaga kerja dalam keluarga yang dapat digunakan dalam berusahatani, maka berdampak positif terhadap pengurangan biaya tenaga kerja yang harus dikeluarkan oleh petani dalam menjalankan kegiatan usahatannya. Jumlah tanggungan keluarga petani responden dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Klasifikasi jumlah responden menurut jumlah tanggungan keluarga di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkep

Jumlah Tanggungan Keluarga (jiwa)	J u m l a h (jiwa)	Persentase (%)
2 – 3	8	42,11
4 – 5	7	36,84
6 – 7	4	21,05
T o t a l	19	100,00

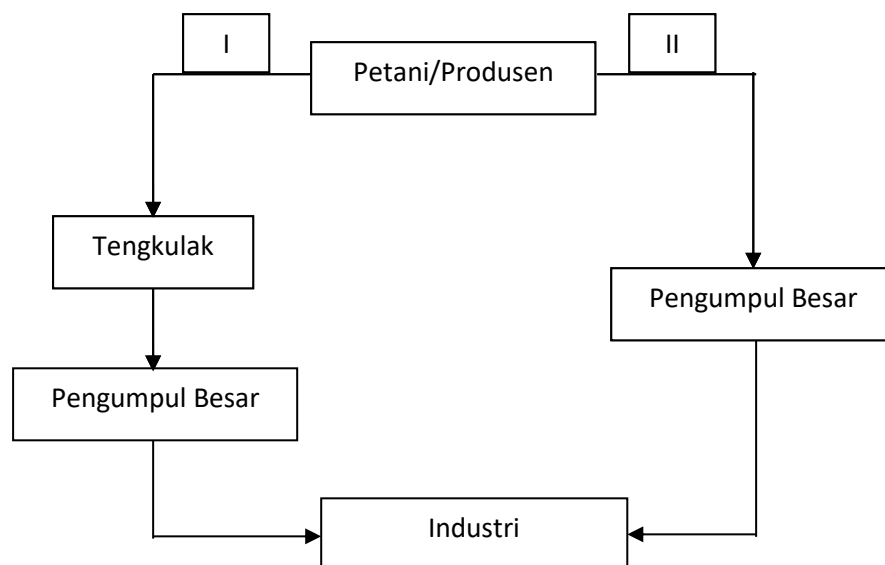
Sumber : Data primer diolah, 2020.

Tabel 5 menjelaskan bahwa dari seluruh sampel responden, maka jumlah tanggungan keluarga 2 - 3 orang yang lebih dominan. Ini memberikan indikasi bahwa, dengan jumlah tanggungan keluarga tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap tenaga kerja untuk mengelola usahatani porang. Disisi lain jumlah tanggungan keluarga sebagai beban bagi petani dalam hal pemenuhan kebutuhan dalam keluarga apabila anggota keluarga tersebut masih kategori umur yang belum produktif. Dalam beberapa keluarga hanya beberapa yang mengikutsertakan anaknya dalam melakukan usahatani. Partisipasi keluarga yang kecil menyebabkan petani lebih sering menggunakan tenaga kerja luar yang akan menambah pengeluaran dalam melakukan usaha.

B. Saluran Pemasaran Umbi Porang

Saluran pemasaran merupakan seperangkat lembaga pemasaran yang menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen akhir, serta meliputi status kepemilikan barang ataupun perwujudan dari sistem pemasaran itu sendiri, yaitu memenuhi kebutuhan konsumen (Indraswari dkk, 2015).

Dari seluruh petani responden dalam penelitian ini, semuanya menggunakan jasa lembaga pemasaran untuk menyalurkan hasil produksi umbi porang hingga sampai ke tangan industri sebagai konsumen, yaitu tengkulak dan pengumpul besar. Dengan adanya tengkulak dan pengumpul besar tersebut, maka ini mengindikasikan saluran pemasaran lebih dari satu, sehingga menyebabkan tingkat margin disetiap saluran pemasaran berbeda. Kegiatan pemasaran umbi porang merupakan proses pengaliran dari petani sebagai produsen ke industri sebagai konsumen akhir. Pengaliran umbi porang sampai ke industri melalui dua saluran pemasaran sebagai berikut. Dari hasil penelitian dapat dilihat ada dua saluran pemasaran yang terjadi pada proses pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 2. Saluran pemasaran Umbi Porang

Gambar 2 menunjukkan bahwa pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan terdapat dua saluran pemasaran yaitu :

1. Saluran I : Petani → Tengkulak → Pengumpul Besar → Industri
2. Saluran II : Petani → Pengumpul Besar → Industri

Berdasarkan pemasaran umbi porang tersebut, petani dalam memasarkan atau menjual umbi porang terdapat dua saluran pemasaran yang dilalui. Untuk saluran pertama terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat sebelum sampai ke industri sebagai konsumen akhir yaitu tengkulak dan pengumpul besar. Sedangkan saluran kedua hanya satu lembaga pemasaran yang terlibat sebelum sampai ke industri sebagai konsumen akhir yaitu pengumpul besar.

C. Margin Pemasaran Umbi Porang

Margin didefinisikan sebagai selisih harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen. Margin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran (Jumiati dkk, 2013).

Pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan terdapat dua saluran pemasaran. Berdasarkan dua saluran pemasaran tersebut, maka dapat dihitung margin pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten

Pangkajene dan Kepulauan. Untuk saluran pemasaran satu yaitu Petani → Tengkulak → Pengumpul Besar → Industri, petani menjual umbi porang ke tengkulak dengan harga Rp. 7.500, tengkulak menjual ke pengumpul besar dengan harga Rp. 8.000, dan pengumpul besar menjual ke industri dengan harga Rp. 10.000. Sedangkan saluran pemasaran kedua yaitu Petani → Pengumpul Besar → Industri/Konsumen, petani menjual umbi porang ke pengumpul besar dengan harga Rp. 7.500, dan pengumpul besar menjual ke industri dengan harga Rp. 10.000.

Berdasarkan saluran pemasaran pertama dan kedua pada pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, maka dapat dihitung margin pemasaran terkait harga di tingkat petani dengan harga di tingkat industri dengan rumus :

$$\begin{aligned} M &= Pr - Pf \\ &= \text{Rp. } 10.000 - \text{Rp. } 7.500 \\ &= \text{Rp. } 2.500. \end{aligned}$$

Untuk lebih jelasnya margin pemasaran pada kedua saluran pemasaran di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Margin pemasaran pada kedua saluran pemasaran Umbi Porang di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan

No	Uraian	Saluran Pemasaran I (Rp/kg)	Saluran Pemasaran II (Rp/kg)
1.	Petani Harga jual	7.500	7.500
2.	Tengkulak Harga beli Harga jual Margin	7.500 8.000 500	- - -
3.	Pengumpul Besar Harga beli Harga jual Margin	8.000 10.000 2.000	7.500 10.000 2.500
4.	Industri Harga beli	10.000	10.000
5.	Petani ke Industri Harga beli Harga jual Margin	7.500 10.000 2.500	7.500 10.000 2.500

Komponen margin pemasaran yang di tampilkan pada tabel 6 sebagai harga jual dan beli.

Dengan adanya perbedaan kegiatan dari setiap lembaga pemasaran akan menyebabkan perbedaan harga jual antara lembaga pemasaran satu dengan lembaga pemasaran dua sampai tingkat industri sebagai konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran umbi porang dari titik petani sebagai produsen sampai dengan industri sebagai konsumen akhir, maka akan menyebabkan perbedaan harga umbi porang tersebut, di titik petani sebagai produsen sebesar Rp.7.500 dibandingkan dengan harga yang akan dibayarkan industri sebagai konsumen akhir sebesar Rp.10.000 dengan margin pemasaran sebesar Rp.2.500.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat dua saluran pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yaitu :
Saluran I : Petani → Tengkulak → Pengumpul Besar → Industri/Konsumen
Saluran II : Petani → Pengumpul Besar → Industri/Konsumen
2. Margin pemasaran umbi porang di Kelurahan Balleangin, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan sebesar Rp. 2.500.

B. Saran

1. Petani perlu mencari informasi harga di tingkat konsumen agar posisi petani dalam tawar menawar lebih kuat.
2. Untuk meningkatkan *share* harga yang diterima petani, perlu diupayakan saluran pemasaran yang lebih pendek.
3. Petani dan lembaga pemasaran harus lebih aktif mencari informasi-informasi pasar, misalnya dengan mengetahui adanya kenaikan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, AS., dan Khoerudin, MH., 2019. *Analisis Usahatani dan Pemasaran Beras Pandanwangi (Studi Kasus di Kelompok Tani Bangkit Desa Babakan Karet Kecamatan Cianjur Kabupaten Cianjur)*. Jurnal Agrosience. 9 (2) : 153 - 166.
- Asrina dan Martina, 2017. *Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Tempe di Desa Blang Geulanggang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen (Studi Kasus : Usaha Kerupuk Tempe Ibu Yusnita)*. Jurnal S. Pertanian. 1 (1) : 48 - 62.
- Asmarantaka, RW., Atmakusuma, J., Muflikh, YN., dan Rosiana, N., 2017. *Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi dan Manajemen*. Jurnal Agribisnis Indonesia. 5 (2) : 151 - 172.
- Baru, HIH., Sirma, N., dan Un, P., 2019. *Analisis Pemasaran Kacang Tanah di Desa Kuaneum Kecamatan Kupang Barat Kabupaten Kupang*. Buletin EXCELLENTIA. VIII (1) : 60 - 69.
- Hardini, SYPK., dan Gandhy, A., 2019. *Analisis Saluran Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Produk Susu Sapi Perah (Studi Kasus: Koperasi Produksi Susu Bogor)*. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Terbuka. Tangerang.
- Hidayah, R., 2016. *Budidaya Tanaman Porang Secara Intensif*. Artikel. https://www.researchgate.net/publication/303881719_budidaya_umbi_porang_secara_intensif. Diakses 15 Agustus 2020.
- Indraswari, SD., Suamba, IK., dan Dewi IAL., 2015. *Saluran Pemasaran Belimbing Organik (Averrhoa carambola L.) pada Kelompok Tani Sekar Sari Subak Mambal, Desa Mambal, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung*. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. 4 (5) : 365 - 372.
- Januwia, IK., Dunia, IK., dan Indrayani, L., 2014. *Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Tahun 2013*. 4 (1) : 1 - 12.
- Jumiati, E., Darwanto, DH., Artono, S., dan Masyhuri, 2013. *Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. Jurnal Agrifor. XII (1) : 1 - 10.

- Kai, Y., Baruwadi, M., dan Tolinggi, WK., 2016. *Analisis Distribusi dan Margin Pemasaran Usahatani Kacang Tanah di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo*. Jurnal Agronesia. 1 (1) : 70 - 78.
- Kesuma, R., Zakaria, WA., dan Situmorang, S., 2016. *Analisis Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Tanggamus*. Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis. 4 (1) : 1 - 7.
- Kotler, P., 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia :Analisis, Perencanaan*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Kurnia, R., Rusman, Y., dan Hardiyanto, T., 2017. *Analisis Saluran Pemasaran Kedelai (Studi Kasus Pada Kelompok Munding Bule di Desa Langkapsari Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis)*. Jurnal Agroinfo Galuh. 4 (2) : 256 - 265.
- Kusuma, H., 2017. *Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen*. Jurnal S. Pertanian. 1 (2) : 106 - 115.
- Pakpahan, HT., dan Damanik, YCP., 2018. *Analisis Pemasaran Komoditi Belimbing (Averrhoa Carambola L.)*. Jurnal Agribest. 02 (01) : 39 - 46.
- Riadho, WN., 2010. *Strategi Pemasaran Pembiayaan Pertanian*. Jurnal Al-Iqtishad. II (1) : 63 - 95.
- Rofik, K., Setiahadi, R., Puspitawati, IR., dan Lukito, M., 2017. *Potensi Produksi Tanaman Porang (Amorphophallus muelleri Blume) di Kelompok Tani Mpsdh Wono Lestari Desa Padas Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun*. Jurnal Agri-Tek. 17 (2) : 53 - 65.
- Sari, DW., Suswadi, dan Handayani, MT., 2017. *Analisis Pemasaran Kentang Manis (Ipomeae Batatas L) pada Kelompok Tani Makmur di Desa Puntukrejo Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar*. Artikel. <https://core.ac.uk/download/pdf/290549974.pdf>. Diakses 13 Agustus 2020.
- Siswanto, B., dan Karamina, H., 2016. *Persyaratan Lahan Tanaman Porang (Amarphopallus ancophillus)*. Jurnal Buana Sains. 16 (1) : 57 - 70.
- Sudiyono, 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Wowiling, CC., Pangemanan, LRJ., dan Dumais, JNK., 2018. *Analisis Pemasaran Jagung di Desa Dimembe Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara*. Jurnal Agri-SosioEkonomi Unsrat. 14 (3) : 305 - 314.

Zubaidi, A., dan Sa'diyah, AA., 2012. *Analisis Efisiensi Usahatani dan Pemasaran Melon di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi*. Jurnal Buana Sains. 12 (2) : 19 - 26.

Lampiran 1. Identitas responden

No	Nama Responden	Umur (tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (org)
1.	Rusdan (P)	35	SLTA	6
2.	Darwis (P)	45	SD	2
3.	Dg. Masalle (P)	60	Tidak Tamat SD	2
4.	Abd Rauf S (P)	47	SLTA	4
5.	Mattone (P)	70	Tidak Tamat SD	3
6.	Muhammad Ali (P)	51	SLTP	4
7.	Abd. Azis (P)	67	SD	2
8.	Syamsuddin (P)	48	SLTA	3
9.	Abd Azis (P)	62	SD	4
10.	Muking (P)	66	SD	2
11.	Samaila (P)	42	SLTA	5
12.	Dawin (P)	53	SLTP	6
13.	Mursalim (P)	57	SLTP	5
14.	Rosdiana (T)	39	SLTA	5
15.	Darwin (T)	39	Sarjana	6
16.	Dg. Sapa (T)	39	SLTP	2
17.	Yusuf (T)	60	SLTP	2
18.	Muhammad Said (PB)	49	SLTA	6
19.	Hamru (PB)	40	SLTP	5

Lampiran 2. Harga Umbi Porang di tingkat petani, tengkulak dan pengumpul besar

No	Petani	Harga Jual	
		Tengkulak (Rp/Kg)	Pengumpul Besar (Rp/Kg)
1.	Rusdan	-	7.500
2.	Darwis	-	7.500
3.	Dg. Masalle	7.500	-
4.	Abd Rauf S	7.500	-
5.	Mattone	-	7.500
6.	Muhammad Ali	7.500	-
7.	Abd. Azis	7.500	-
8.	Syamsuddin	7.500	-
9.	Abd Azis	-	7.500
10.	Muking	-	7.500
11.	Samaila	7.500	-
12.	Dawin	-	7.500
13.	Mursalim	7.500	-

Lampiran 3. Harga Umbi Porang di tingkat tengkulak dan pengumpul besar

No	Tengkulak	Harga Beli	Harga Jual
		Petani (Rp/Kg)	Pengumpul Besar (Rp/Kg)
1.	Rosdiana	7.500	8.000
2.	Darwin	7.500	8.000
3.	Dg. Sapa	7.500	8.000
4.	Yusuf	7.500	8.000

Lampiran 4. Harga Umbi Porang pada pengumpul besar dan industri atau konsumen akhir

No	Pengumpul Besar	Harga Beli		Harga Jual
		Petani (Rp/Kg)	Tengkulak (Rp/Kg)	Industri/Konsumen (Rp)
1.	Muhammad Said	7.500	8.000	10.000
2.	Hamru	7.500	8.000	10.000

Lampiran 5. Dokumentasi kegiatan penelitian.



**Gambar 1. Proses wawancara dengan salah satu pengumpul Umbi
Porang di Kelurahan Balleangin.**



**Gambar 2. Proses wawancara dengan salah satu tengkulak Umbi
Porang di Kelurahan Balleangin.**



**Gambar 3. Proses wawancara dengan salah satu tengkulak Umbi
Porang di Kelurahan Balleangin.**

RIWAYAT HIDUP



MUHAMMAD IBNU IQBAL, Lahir di Pangkajene pada tanggal 01 Agustus 1998. Anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Ir. H. Ahmad Pramuda MP dan Ibu Hj. Salmawati Peneliti memulai jenjang pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 18 Tumampua pada tahun 2002 dan lulus pada tahun 2010, pada tahun

2010 peneliti melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Pangkajene dan tamat pada tahun 2013, kemudian melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Ahmad Yani Makassar dan menyelesaikannya pada tahun 2016. Pada tahun 2016 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Universitas Muslim Maros Fakultas Pertanian, Perternakan dan Kehutanan, jurusan Agribisnis. Pada semester akhir tahun 2020 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Margin dan Saluran Pemasaran Umbi Porang Studi Kasus di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan”