

## Daftar Pustaka

- Amar, Abu., Murdy, Saad., dkk. 2017. Hubungan Kepercayaan Petani Terhadap Penjualan Bahan Olah Karet Kepada Pedagang Pengumpul di Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi. *Jurnal Ilmiah Sodial Ekonomika Bisnis*. 20: 19-29
- Aldillah, R. 2018. Strategi pengembangan agribisnis jagung di Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*. 15(1), 43-66.
- Ariyono, Ardie., Nurmalita, Rita., 2014. Analisis pendapatan usahatani padi dan sistem pemasaran beras Di kabupaten karawang, provinsi jawa barat. *Forum Agribisnis Journal*. 3:14-24
- Agbebi, F. O., & Fagbote, T. A. 2012. The role of middlemen in fish marketing in Igbokoda fish market, Ondo-state, south western Nigeria. *International Journal of Development and Sustainability*. 1(3), 880-888.
- Anggraini, R. 2018. *Pengaruh modal dan saluran distribusi terhadap pendapatan petani kopi gayo (Studi Kasus Kec. Wih Pesam Kab. Bener Meriah)*. Doctoral dissertation. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Azzaino, Z.1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Pertanian Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian, IPB. Bogor.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Sulawesi Selatan dalam Angka 2016*. Badan Pusat Statistik. Sulawesi Selatan.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Produksi Jagung Kabupaten Jeneponto 2015*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan.
- Badan Pusat Statistik 2016. *Statistik Indonesia 2015*. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- Badan Pengkajian dan Pengembangan dalam Negeri. 2016. *Laporan akhir analisis rantai pasok Jagung sebagai bahan Baku pakan ternak*. Kementerian Perdagangan.
- Basu, Swastha. 1996. *Azaz-Azas Marketing*. Yogyakarta, Liberty.
- Braun, V., Clarke, V., & Hayfield, N. (2019). 'A starting point for your journey, not a map': Nikki Hayfield in conversation with Virginia Braun and Victoria Clarke about thematic analysis. *Qualitative Research in Psychology*, 1-22.

- Chau, N. H., Goto, H., & Kanbur, R. 2016. Middlemen, fair traders, and poverty. *The Journal of Economic Inequality*.14(1), 81-108.
- Cresweel J. 2013. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. United States of America: Sage Publication.
- Dasuki, W. C., & Jaeroni, A. 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi anomali pasar cabai rawit di Kota Cirebon. *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*. 5(1).
- Daniel, 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta (ID): Bumi Aksara
- De Bondt, W. F., & Thaler, R. 1985. Does the stock market overreact?. *The Journal of finance*. 40(3), 793-805.
- Denzin, K. Norman., Lincoln. S. Yvonna. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Dewey, A. G. 1962. *Peasant marketing in Java*.
- Fathy, Rusydan. 2019. "Modal Sosial: Konsep Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Vol.6 (1): 1-17
- Fitriani., Ismono, Hanung., Rosanti, Novi., 2011. Produksi Dan Tataniaga Beras Di Propinsi Lampung. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. 5: 23-31
- Ge, Y., & Wu, H. 2019. *Prediction of corn price fluctuation based on multiple linear regression analysis model under big data*. *Neural Computing and Applications*. 1-13.
- Gabre-Madhin, E. Z. 1999. *Of markets and middlemen: The role of brokers in Ethiopia* (No. 595-2016-39986).
- Hidayat, Rahmat. 2003. Rasionalitas semu dan anomali dalam Perilaku ekonomi. *Jurnal psikologi*. 5: 28-45
- Hartati, G. Radi, Budhi, M. Kembar, Yuliarm. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Petani Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 4: 1513- 1546

- Hidyatat, Aceng. Sri Ayu, Sulaksana, Jaka. 2017. Analisis Rantai Pasok Jagung (Studi Kasus Pada Rantai Pasok Jagung Hibrida (Zea Mays) Di Kelurahan Cicurug Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka). *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*. 5: 27-36
- Hoar, Eylvinda., Fallo, Y. Marice., 2017. Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Petani terhadap Produksi Usahatani Jagung di Desa Badarai Kecamatan Wewiku Kabupaten Malaka. *Jurnal Agribisnis Lahan Kering*. 2: 26-38
- Irawan, Bambang. *Analisis Kebijakan Pertanian*. Volume 5 No. 4, Desember 2007 : 358-373 .Fluktuasi harga, Transmisi harga, dan Marjin Pemasaran Sayuran dan Buah.
- Jayne, T.S., Sitko, Nicholas., Jacob, Gilbert., 2010. *Malawi's Maize Marketing System*. Michigan State University
- Jung, Sangnyeol. Wui, Y.P. 2014. Economic Role of Corn Production and Marketing Systems in the Midwest U.S. *Selected Paper prepared for presentation at the Agricultural & Applied Economics Association's 2014*. AAEA Annual Meeting, Minneapolis, MN, July 27-29, 2014
- Latif, M., Arshad, S., Fatima, M., & Farooq, S. 2011. Market efficiency, market anomalies, causes, evidences, and some behavioral aspects of market anomalies. *Research journal of finance and accounting*. 2(9). 1-13.
- Kamoyo, M., & Makochehanwa, A. 2018. The impact of poverty, risk aversion and time preference on maize marketing channel choice decisions: the case of Zvimba and Makonde districts of Zimbabwe. *Agrekon Journal*. 57(3-4), 233-250.
- Karmeli, Elly., Saputra, Aditya., 2017. Analisis Pola Distribusi Petani Jagung (Studi Petani Jagung Di Dusun Ngali Desa Labuhan Kuris Kecamatan Lape Kabupaten Sumbawa Tahun 2016). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 14: 118-129
- Kaufman, Robert L., 1996. Comparing effect in logistic regression: A variety of standardized coefficients. *Sosial Science Quarterly*. 77 (1). 90-109.
- Kausar, Golam. Jangir, Mohammad. 2016. Marketing Efficiency of Maize in Bangladesh. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology* 11: 1-12

- Kementerian Pertanian. 2015. *Outlook Komoditas Pertanian Tanaman Pangan Jagung*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian. ISSN: 1907-1507.
- Kementerian Pertanian. 2016. *Laporan Tahunan Badan Ketahanan Pangan Tahun 2015*. Kementerian Pertanian.
- Kementerian Pertanian. 2015. *Outlook Komoditas Pertanian Tanaman Pangan Jagung*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian. ISSN: 1907-1507.
- Kementerian Pertanian. 2016. *Laporan Tahunan Badan Ketahanan Pangan Tahun 2015*. Kementerian Pertanian.
- King, Jason., 2007. Standardized coefficients in logistic regression Paper presented in annual meeting of the *Southwest Educational Research Association*, San Antonio, TX.
- Kuhn, T. S. 1996. *The Structure of Scientific Revolutions. revised and augmented*.
- Kurniawan, A.D., Astuti, S.R., 2012. Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*. 1: 282-289.
- Kurniati, Dewi. 2012. Analisis Risiko Produksi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Pada Usahatani Jagung (zea mays l.)Di Kecamatan Mempawah Hulu Kabupaten landak. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Vol 1 (3): 60-68.
- Kohls, R.L dan J.N. Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Product*. Ninth Edition. Prentice Hall, New Jersey
- Kottler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian jilid 1*. Erlangga: Jakarta
- Makeche, S. 2017. *Analysing trader behaviour in the maize marketing system in Zambia*. Doctoral dissertation. University of Pretoria).
- Mantau, Zulkifli. 2016. Daya saing komoditas jagung indonesia menghadapi era Masyarakat ekonomi asean. *Jurnal Litbang Pertanian*. 35: 89-97.

- Masitah, H. D., Tenaya, M. N., & Darmawan, D. P. 2016. Strategi Pemberdayaan Koperasi Tani Berbasis Agribisnis di Kabupaten Badung (Studi Kasus pada Koperasi Subak Uma Laming). *Jurnal Manajemen Agribisnis*. 4(2), 91-110.
- Marwanti, M. Fajri., Rahayu wiwiet., 2016. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tukar petani sebagai indikator kesejahteraan petani padi di kabupaten sragen. *Agrista Jurnal*. 4: 85-94
- Mahmudah, E. 2014. *Bargaining position petani dalam menghadapi tengkulak*. *Paradigma*. 2(1).
- Mango, N., Mapemba, L., Tchale, H., Makate, C., Dunjana, N., & Lundy, M. 2018. Maize value chain analysis: A case of smallholder maize production and marketing in selected areas of Malawi and Mozambique. *Cogent Business & Management Journal*. 5(1), 1503220.
- Megasari, L. A. 2019. *Ketergantungan Petani terhadap Tengkulak sebagai Patron dalam Kegiatan Proses Produksi Pertanian (Studi di Desa Baye Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri)*. Doctoral dissertation. Universitas Airlangga.
- Meilisa, Rizki., Aidah, Syarifah., 2017. Studi pendapatan usahatani dan pemasaran jagung manis (*zea mays* l. *Saccharata*) di desa manunggal daya kecamatan sebulu kabupaten kutai kartanegara. *Jurnal Ekonomi Pertanian & Pembangunan*. 14: 26-38
- Mustofa, I., & Irwansyah, D. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Miskin-Kota Melalui Pengembangbiakan kambing (Studi pada Program Pengabdian Dosen Institut Agama Islam Negeri Metro). *AKADEMIKA: Jurnal Pemikiran Islam*. 22(2), 267-296.
- Mohamad, Musna, dkk. 2016. Strategi Pengembangan Agribisnis Jagung Di Kecamatan Ampana Tete Kabupaten Tojo Una-Una *Jurnal Agro Land*. 23: 40-49
- Mmbando, F. E., Wale, E., Baiyegunhi, L. J. S., & Darroch, M. A. G. 2016. The choice of marketing channel by maize and pigeonpea smallholder farmers: evidence from the northern and eastern zones of Tanzania. *Agrekon Journal*. 55(3), 254-277.

- Nyoro, James., Kiiru W Mary. 2015. *Evolution of kenya's maize marketing Systems in the post-liberalization era*. Michigan State University
- Putri, C. Adhanti., 2017. Analisis Pemasaran dan Pendapatan Usahatani Nanas Di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. *E-Journal Institut Pertanian Bogor*. Bogor
- Rachman, B. 2003. Dinamika harga dan perdagangan komoditas jagung. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. 3(1), 43865.
- Rasyid, A. (2019). *The Educational Character on Instruction*. *Opción*, 35, 964-979.
- Rafsanjani, Afandi., Sunarsih, M., Agustina, titin., 2015. Efisiensi pemasaran dan pendapatan usahatani rumput laut (*eucheuma cottoni* sp.) Di kabupaten situbondo. *Jurnal Berkala Ilmiah PERTANIAN*. 10:32-43
- Rahmanta. 2016. Analisis pemasaran jagung di kabupaten Labuhan batu selatan. *QE Journal*. 5: 209-219
- Rahmi, Claudya., 2016. Analisis usahatani dan pemasaran jagung (studi kasus : desa pamah, kecamatan tanah pinem, kabupaten dairi). *E-Journal pascasarjana Universitas Sumatera Utara*. Medan.
- Ratnasari, M. Dwi., Setiadi, Agus., Agustini, T.Winarni., 2016. Analisis Pemasaran Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pembudidaya Bandeng (Studi Kasus Di Desa Tambakbulusan Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak, Jawa Tengah). *E-Journal Pascasarjana Agribisnis Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Ratnasari, Mega., Hartadi, Rudi., 2015. Analisis Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Usahatani Kubis Di Desa Sumberjo Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *E-Journal Agribisnis Universitas Jember*. Jember
- Roidah, Ida. 2013. Strategi Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol. 13: 115-121
- Salvatore, Dominick. 1997. *Ekonomi Internasional*. Haris Munandar Erlangga : Jakarta.

- Saleh, Chaerul. Sumedi, Erizal Jamal. 2015. *Analisis Pemasaran Jagung di Indonesia*. Ekonomi Jagung Indonesia.
- Saiful., 2015. *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Pemasaran Jagung Di Kabupaten Jeneponto*. Tesis. Pascasarjana. Universitas Hasanuddin
- Silver, T. (2011). *Making sense of market anomalies*. www. Investopedia.com.
- Siregar, A. Ahmad. 2011. *Upaya Peningkatan Daya Saing Ekspor Indonesia*. *Jurnal Transparansi, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM*. 3: 2085-1162
- Siregar, A. Ahmad. 2012. Dominasi Pasar Bibit Produk Teknologi Somatic Embriogenesis pada Gerakan Nasional Peningkatan Mutu dan Produksi Kakao (Gernas Pro Kakao). *Jurnal persaingan usaha*.
- Singal-Vijay. 2004. *Beyond the random walk, A guide to stock market anomalies and low-risk investing*. Oxford
- Sudrajat, Jajat., Handoyo, Jangkung., dkk. 2014. Analisis Efisiensi Dan Kelembagaan Pemasaran Jagung Di Kabupaten Bengkayang. *Jurnal Social Economic of Agriculture*. 3: 14-23
- Surbakti, M. Novranda., 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jagung Pipil Ditingkat Produsen Sumatera Utara. *E-Journal Pascasarjana Universitas Sumatera Utara*. 18: 56-61
- Susanti, N. Ali, Ridwan, dan St. Rohani. 2017. *Fluktuasi harga Jagung Sebagai bahan Pakan Ternak Pada Peternakan X Di Kecamatan Wonomulyo*. Seminar Nasional Peternakan 3 tahun 2017 Universitas Hasanuddin Makassar, 18 September 2017.
- Sulistiyowati, L., Natawidjaja, R. S., & Saidah, Z. (2013). Faktor-faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Keputusan Petani Mangga Terlibat dalam Sistem Informal dengan Pedagang Pengumpul. *Sosiohumaniora*. 15(3), 285-293.
- Soekartawi, et al. 1986. *Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil*. Jakarta: Universitas Indonesia.

- Soeharjo, A. dan D. Patong. 1973. *Sendi-sendi Pokok Ilmu Usahatani Bogor*. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Srivani, Werianto., Fini., dkk. 2017. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan Petani karet (studi kasus di nagari limo Kabupaten Sijunjung). *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*. 21: 162-167
- Syuryawati, Margaretha SL. 2014. Kinerja Pemasaran Jagung Di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. 27:55-62
- Swastika, D. K., Kasim, F., Suhariyanto, K., Sudana, W., Hendayana, R., Gerpacio, R. V., & Pingali, P. L. 2004. *Maize in Indonesia: production systems, constraints and research priorities*. CIMMYT.
- Vorley, B. 2013. *Meeting small-scale farmers in their markets: understanding and improving the institutions and governance of informal agrifood trade*. International Institute for Environment and Development (IIED).
- Wahyuningsih. 2013. *Sistem Pemasaran Rumput Laut Di Kepulauan Tanakeke, Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan: Struktur, Perilaku, dan Keragaan Pasar*. Tesis. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Warren, J. K. 2003. *Manajemen Pemasaran Global*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Winarso, Bambang, 2012. Prospek dan Kendala Pengembangan Agribisnis Jagung di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*. 12: 103-114
- Widiastuti, Nur, dkk. 2013. *Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung Di kabupaten grobogan*
- Zakaria.Amar, 2011.Kebijakan Antisipatif Dan Strategi Penggalangan Petani Menuju Swasembada Jagung Nasional. *Jurnal Kebijakan Pertanian*. 9: 261-274



## CURRICULUM VITAE



### DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Nurman Ali Saiful, S.Pt, M.Si  
 Nama Panggilan : Nurman  
 Jenis Kelamin : Laki-Laki  
 Tempat/Tanggal Lahir : Bontosunggu, 22 Oktober 1987  
 Usia : 33 Tahun  
 Agama/Kepercayaan : Islam  
 Alamat : Perumahan Bumi Husada Indah Blok ii no 1  
 Makassar  
 No.Telpon : 085242443045  
 Pendidikan Terakhir : Magister Agribisnis  
 IPK : 3,50  
 Email : [nurmanalisaiful@gmail.com](mailto:nurmanalisaiful@gmail.com)  
 Pekerjaan

### PENDIDIKAN

Sekolah	Nama Sekolah	Tahun Lulus
SD	SDN 4 Togo- Togo	2000
SMP	MTsN 1 Binamu	2003
SMA	SMAN 1 Batang	2005
S1	Sosial Ekonomi Fakultas Peternakan UNHAS	2011
S2	Pascasarjana UNHAS Prodi Agribisnis	2015
S3	Pascasarjana UNHAS Prodi Ilmu Pertanian	2021

**BEASISWA**

Strata	Nama Beasiswa	Tahun
S3 (Doctor)	Beasiswa LPDP Program Doctoral	2016-2021
S2 (Magister)	Beasiswa LPDP Program Magister	2013- 2015
S1	Beasiswa PPA Kementerian Pendidikan	2005-2011

**PENGALAMAN KERJA**

Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
PT. Charoen Pokphand Thailand- Indonesia	Asst. Manager Produksi	2018- Sekarang
CV. Bumi Telur Kanusuang Sulawesi Barat	Konsultan Produksi dan Pembiayaan	2019-Sekarang

**PUBLIKASI ILMIAH**

Judul	Jurnal	Tahun
Anomaly in maize marketing “The popularity of Pajjampang Leppang (broker) in order to influence maize farmers’ marketing decision in South Sulawesi, Indonesia “	Journal of Physics: Conference Series, Published by IOP	2020
An Analysis of Maize Marketing Anomaly in South Sulawesi, Indonesia	International Research Journal of Advanced Engineering and Science	2020

**PENGALAMAN ORGANISASI**

Nama Organisasi	Jabatan	Tahun	Tempat
Gerakan Mahasiswa Pemuda Indonesia	Bendahara Umum	2007/2008	Sul- Sel
Himpunan Pelajar Mahasiswa Turatea	Ketua Umum	2007/2008	Jeneponto
Forum Pasca Sarjana Unhas	Koord. Humas	2013/2014	UNHAS
Himpunan Mahasiswa Awardee LPDP	Sekretaris Humas	2013/2014	Makassar
Forum Alumni LPDP Sul-Sel (Matagaruda)	Wakil Ketua	2015/2016	Makassar

Demikian *Curriculum Vitae* ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Hormat Saya,

**Nurman Ali Saiful**

## PEDOMAN WAWANCARA MENDALAM pada Petani

### A. Keterangan Pewawancara

Tanggal wawancara :  
 Waktu : Dimulai\_\_\_\_ berakhir\_\_\_\_  
 Lokasi wawancara  Jenepono  
 Bantaeng  
 Gowa

B. Karakteristik Informan	
Nama	
Usia	..... Tahun
Dusun/Desa	
Kecamatan	
Jenis Kelamin	a. Laki-laki  b. Perempuan
Pendidikan terakhir	a. SD  b. SMP atau Sederajat  c. SMU atau sederajat  d. D3  e. S1  f. Lainnya:.....
Pekerjaan	a. Utama: .....  b. Sampingan : .....

Sejak kapan menjadi petani?	... Tahun
Pendapatan	a. < 500.000 c. 2.000.0000 - 5.000.000 b. 500.000 - 2.000.000 d. > 5.000.000

<b>C. Pendekatan Market Structure, Market Conduct dan Performance (SCP)</b>	
Pertanyaan 1	Berdasarkan pengalaman anda selama ini, apakah anda mengalami kesulitan dalam menjual hasil panen jagung?
Probing	Kesulitan dalam mendapatkan pedagang/pembeli lain
Pertanyaan 2	Dalam satu tahun berapa kali anda panen? Selama masa panen tersebut, ada berapa pedagang yang anda tempati untuk menjual hasil panen?
Probing	Adakah pedagang yang mendominasi pembelian hasil panen?
Pertanyaan 3	Bagaimana hubungan anda dengan pihak kedua (tempat Anda menjual jagung)?
Probing	- Hubungan Keluarga - Terikat utang piutang - Bebas, dll
Pertanyaan 4	Apakah alasan anda menjual hasil panen jagung pada pedagang?
Probing	Harga tinggi, lokasi penjualan yang mudah (tidak membutuhkan biaya transportasi), pelayanan yang diberikan (pedagang mendatangi petani), terikat utang piutang dll
Pertanyaan 5	Dalam proses tawar menawar yang anda lakukan dengan pedagang, siapa yang paling dominan menentukan harga?

Probing	Bagaimana cara penentuan harga ditentukan petani/tawar menawar/mekanisme pasar?
Pertanyaan 6	Bisakah anda memperhitungkan selisih antara harga yang anda berikan kepada pedagang dengan harga yang diberikan pedagang kepada konsumen?
Probing	Harga pedagang=...Rp/Kg, Harga pasaran=.....Rp/Kg
<b>D. Ketidakstabilan Harga Jagung</b>	
Pertanyaan 1	Maukah anda berbagi informasi kepada saya berdasarkan pengalaman Anda tentang harga jagung yang selama ini anda peroleh dari hasil produksi Anda?
Probing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berapa kali anda melakukan panen dalam satu tahun?</li> <li>- Berapakah hasil jual jagung hasil panen?</li> <li>- Kemana Anda menjual Jagung? Adakah perbedaan harga yang diberikan oleh pedagang dan pengumpul?</li> </ul>
Catatan	
Pertanyaan 2	Darimana Anda mendapatkan informasi Harga jual Jagung?
Probing	Adakah perbedaan harga yang anda dapatkan dibandingkan dengan informasi harga yang Anda ketahui dengan harga real yang anda peroleh?
Catatan	
Pertanyaan 3	Apakah anda merasa rugi dengan harga jual jagung yang selama ini anda dapatkan?

Probing	Jika Ya, Mengapa?, Jika tidak, Mengapa?
Catatan	
Pertanyaan 4	Menurut Anda apa sajakah faktor yang mempengaruhi ketidakstabilan harga jagung berdasarkan pengalaman Anda?
Catatan	
Pertanyaan 5	Menurut Anda, apakah yang sebaiknya dilakukan untuk mengatasi harga jagung yang tidak stabil?
Catatan	
<b>E. Ketidakpercayaan Petani</b>	
Pertanyaan 1	Kepada siapa Anda menjual hasil produksi jagung?
Catatan	
Pertanyaan 2	Hal apa yang memotivasi Anda menjual hasil jagung Anda kepadanya?
Probing	Kepercayaan kepada pihak kedua dan ketidakpercayaan pada pihak lain
Pertanyaan 3	Apakah Anda pernah berpindah menjual hasil panen ke pedagang lain?
Probing	Pernah/tidak pernah, sebutkan alasan mengapa
Pertanyaan 4	Mengapa Anda tidak menjual jagung Anda kepada pihak lain?
Probing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjual ke pedagang atau pedagang besar, dll</li> <li>- Kepercayaan kepada pihak lain (pedagang atau pedagang</li> </ul>

	besar, dll)
Pertanyaan 5	Pernahkahkah anda melakukan penjualan pada pedagang lain yang tidak terikat utang-piutang dengan anda?
Probing	- Pernah/tidak pernah, sebutkan alasan mengapa
Pertanyaan	Sudah berapa lama and berteman/mengenal/bekerjasama dengan pihak kedua (pedagang)
Probing	Terikat ikatan keluarga, Berapa lama (tahun), dll
Pertanyaan 6	Bagaimana transparansi harga yang anda peroleh dari pihak kedua?
Catatan	
Pertanyaan 7	Pernahkah anda merasa dirugikan oleh pihak kedua?
Probing	Jika Ya, Mengapa? , Jika Tidak, Mengapa?
Pertanyaan 8	Adakah hal-hal yang menurut Anda mempengaruhi ketidakpercayaan anda kepada pihak kedua?
Probing	Alasan menjual pada pedagang lain (ketidakpercayaan untuk menjual kembali pada pedagang yang sama)
<b>F. Penyimpangan Distribusi Pemasaran Jagung</b>	
Pertanyaan 1	Kepada siapa saja Anda menjual hasil produksi Jagung?
Catatan	
Pertanyaan 2	Apakah kelemahan dan kelebihan dari masing-masing

	lembaga/orang tempat Anda menjual hasil produksi Jagung?
Catatan	
Pertanyaan 3	Bagaimana status penjualan Anda kepada pihak kedua tersebut?
Probing	-Bebas kepada siapa saja, wajib sebagai setoran, dll
Catatan	
Pertanyaan 4	Berdasarkan pengalaman Anda selama ini, mudahkan atau tidak memperoleh informasi pasar?
Probing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi penjualan tempat menjual produksi Jagung dengan harga yang tinggi)</li> <li>- Harga jual Jagung</li> </ul>
Catatan	
Pertanyaan 5	Berdasarkan pengalaman Anda selama ini, apa sajakah hal-hal yang menyimpang dari proses distribusi jagung kepada pembeli Anda?
Catatan	
Pertanyaan 6	Berdasarkan pengalaman Anda selama ini, apa sajakah hal-hal yang menghambat distribusi jagung?



Catatan	
<b>G. Ketimpangan Pendapatan</b>	
Pertanyaan 1	Menurut Anda, sudah sesuaikah pendapatan yang Anda terima dari hasil penjualan jagung?
Probing	Jika ya, Mengapa, Jika tidak, Mengapa?
Catatan	
Pertanyaan 2	Pernahkah Anda mendapatkan perlakuan ketidakadilan pendapatan yang anda terima dari hasil penjualan Jagung?
Probing	Kapan? diamana? oleh siapa?
Catatan	
Pertanyaan 3	Bagaimana Anda melihat fenomena ketimpangan pendapatan petani jagung dibandingkan dengan pedagang jagung?
Catatan	
Pertanyaan 4	Menurut Anda hal-hal apa saja yang mempengaruhi ketimpangan pendapatan petani jagung dibandingkan dengan lembaga lain (pedagang pengumpul, pengumpul, pedagang besar, dll)
Catatan	
Pertanyaan 5	Jika pendapatan petani ingin ditingkatkan, menurut Anda

	ketimpangan pendapatan pada sisi mana yang perlu diperbaiki?
Catatan	
Sebelum kita mengakhiri wawancara adakah yang ingin anda katakan atau tambahkan lagi terkait dengan kejadian-kejadian yang tidak umum dalam proses pemasaran jagung?	

**Komen pewawancara:** *Gunakan ruang kosong ini untuk menyimpulkan bagaimana wawancara berjalan termasuk suasana informan saat diwawancara.*

**PEDOMAN WAWANCARA MENDALAM  
Untuk Pedagang**

Tanggal wawancara :  
 Waktu : Dimulai \_\_\_\_ berakhir \_\_\_\_  
 Lokasi wawancara  Jenepono  
 Gowa  
 Bantaeng

<b>A. Karakteristik peserta</b>	
Kode	
Umur	
Jenis Kelamin	
<b>B. Pertanyaan</b>	
<p style="text-align: center;"><b><i>Market structure (Struktur Pasar)</i></b></p> <p>1. Bagaimana sifat pembelian yang anda lakukan?            Probing: Borongan/Bertahap?</p> <p>2. Berapa petani yang menjadi langganan anda saat ini?            Probing: dominansi lembaga pemasaran</p> <p>3. Bagaimana cara memperoleh informasi pasar?            Probing: Sesama pedagang/kelompok tani</p> <p>4. Sejauh pengamatan anda selama menjadi pedagang, pernahkah anda mendapatkan penyimpangan-penyimpangan yang terkait dengan kemudahan dalam mendapatkan informasi pasar dan hambatan keluar masuk pasar?</p> <p style="text-align: center;"><b><i>Market Conduct (Perilaku Pasar)</i></b></p> <p>5. Bagaimanakah cara pembelian yang anda lakukan            Probing: apakah pembelian dilakukan secara bebas/kontrak?</p>	

6. Bagaimana cara penyerahan jagung  
Probing: di tempat pembeli/ditentukan petani/ ditempat pedagang,dll
7. Bagaimana cara penentuan harga  
Probing: ditentukan petani/tawar menawar/mekanisme pasar?
8. Apakah alasan anda membeli hasil panen jagung pada sumber/petani?  
Probing: Harga murah/lokasi terjangkau, terikat utang piutang dll
9. Apakah anda melakukan pembiayaan atau penyedia modal?  
Probing: hubungan petani-pedagang
10. Dalam bentuk seperti apa anda memberikan pinjaman?  
Probing: Alat produksi, uang tunai
11. Dalam jangka berapa lama anda memberikan pinjaman?  
Probing:
12. Apakah anda persyaratan melakukan pinjaman?  
Probing: Jika ya apa saja?
13. Bagaimana sistem pengembalian dana pinjaman?  
Probing: langsung/cash, melalui potongan hasil panen, melalui penentuan harga hasil panen
14. Menurut Anda faktor apa sajakah yang mempengaruhi ketidakstabilan harga jagung?,  
Probing: ketidakpercayaan petani? ketimpangan pendapatan, dan peyimpangan dalam saluran distribusi?
15. Hal apa sajakah yang menyebabkan munculnya anomali atau

kejadian-kejadian yang tidak wajar dalam pemasaran jagung saat ini?

16. Untuk memperbaiki sistem pemasaran dan memaksimalkan pendapatan petani, hal apa sajakah yang perlu diperbaiki?

***Market Performance (Kinerja Pasar)***

17. Menurut Anda, perbedaan harga yang diberlakukan kepada petani adalah suatu kewajaran?

Probing: jika Ya mengapa, jika tidak Mengapa?

**PEDOMAN WAWANCARA MENDALAM**  
**Akademisi**

Tanggal wawancara :  
 Waktu : Dimulai \_\_\_\_ berakhir \_\_\_\_  
 Lokasi wawancara  Jenepono  
 Gowa  
 Bantaeng

<b>A. Karakteristik Informan</b>	
Kode	
Umur	
Jenis Kelamin	
Posisi/ Jabatan	
<b>B. Pertanyaan</b>	
<p><b>Market Structure</b></p> <p>1. Menurut Anda bagaimanakah kondisi pertanian, khususnya pada produksi jagung saat ini?</p> <p style="padding-left: 20px;">Probing: ketidakstabilan harga, apakah kebijakan impor jagung yang diterapkan pemerintah saat ini berdampak pada pemasaran jagung?</p> <p>2. Menurut Anda, faktor-faktor apa sajakah yang menghambat dalam proses pemasaran jagung?</p> <p style="padding-left: 20px;">Probing: hambatan keluar masuk pasar, jumlah penjual dan pembeli, dominansi lembaga pemasaran, mudah tidaknya mendapat informasi pasar.</p> <p><b>Market Conduct</b></p> <p>3. Menurut anda apakah isu utama pemasaran jagung yang terkait dengan pendapatan petani dan produksi jagung di wilayah sentra prouksi jagung?</p> <p style="padding-left: 20px;">Probing: sistem pembentukan harga, praktek pembelian dan penjualan,</p>	

kerjasama lembaga pemasaran

4. Terkait ketidakstabilan harga, Menurut Anda, apa sajakah faktor yang menyebabkan ketidakstabilan harga jagung?

Probing: informasi harga pasar yang sulit, keterikatan petani-pedagang/utang piutang

5. Bagaimana tanggapan Anda terkait kurangnya informasi pasar di tingkat Petani?

Probing: Jumlah penjual dan pembeli

6. Menurut Anda, apa sajakah yang mempengaruhi penyimpangan dalam distribusi Jagung saat ini?

#### **Market Performance**

7. Bagaimana tanggapan Anda terkait ketimpangan pendapatan petani Jagung saat ini?

8. Menurut Anda, Anomali apa sajakah yang terjadi dalam pemasaran Jagung saat ini?

9. Untuk memperbaiki sistem pemasaran yang ada, secara umum hal apa saja yang sebaiknya perlu dibenahi?

**PEDOMAN WAWANCARA MENDALAM  
Untuk Dinas Pertanian**

Tanggal wawancara :  
 Waktu : Dimulai \_\_\_\_ berakhir \_\_\_\_  
 Lokasi wawancara  Jenepono  
 Gowa  
 Bantaeng

<b>A. Karakteristik Informan</b>	
Kode	
Umur	
Jenis Kelamin	
Posisi/ Jabatan	
Lama menjabat	
<b>B. Pertanyaan</b>	
<p><b>Market Structure</b></p> <p>1. Menurut Anda bagaimanakah kondisi pertanian, khususnya pada produksi jagung saat ini?</p> <p style="padding-left: 20px;">Probing: ketidakstabilan harga, apakah kebijakan impor jagung yang diterapkan pemerintah saat ini berdampak pada pemasaran jagung?</p> <p>2. Menurut Anda, faktor-faktor apa sajakah yang menghambat dalam proses pemasaran jagung?</p> <p style="padding-left: 20px;">Probing: hambatan keluar masuk pasar, jumlah penjual dan pembeli, dominansi lembaga pemasaran, mudah tidaknya mendapat informasi pasar.</p> <p><b>Market Conduct</b></p> <p>3. Menurut anda apakah isu utama pemasaran jagung yang terkait dengan pendapatan petani dan produksi jagung di wilayah sentra</p>	



prouksi jagung?

Probing: sistem pembentukan harga, praktek pembelian dan penjualan, kerjasama lembaga pemasaran

4. Terkait ketidakstabilan harga, Menurut Anda, apa sajakah faktor yang menyebabkan ketidakstabilan harga jagung?

Probing: informasi harga pasar yang sulit, keterikatan petani-pedagang/utang piutang

5. Bagaimana tanggapan Anda terkait kurangnya informasi pasar di tingkat Petani?

Probing: Jumlah penjual dan pembeli

6. Menurut Anda, apa sajakah yang mempengaruhi penyimpangan dalam distribusi Jagung saat ini?

### **Market Performance**

7. Bagaimana tanggapan Anda terkait ketimpangan pendapatan petani Jagung saat ini?

8. Menurut Anda, Anomali apa sajakah yang terjadi dalam pemasaran Jagung saat ini?

9. Untuk memperbaiki sistem pemasaran yang ada, secara umum hal apa saja yang sebaiknya perlu dibenahi?

### Kuesioner Anomali pemasaran Jagung

#### A. Keterangan Pewawancara

Tanggal wawancara :  
 No. Reponden :  
 Waktu : Dimulai\_\_\_\_ berakhir\_\_\_\_  
 Lokasi wawancara  Jenepono  
 Bantaeng  
 Gowa

B. Karakteristik Informan	
Nama	
Usia	..... Tahun
Dusun/Desa	
Kecamatan	
Jenis Kelamin	a. Laki-laki b. Perempuan
Pendidikan terakhir	a. SD b. SMP atau Sederajat c. SMU atau sederajat d. D3 e. S1 f. Lainnya:.....
Pekerjaan	a. Utama: ..... b. Sampingan : .....
Sejak kapan menjadi petani?	... Tahun
Pendapatan	a. < 500.000 c. 2.000.0000 - 5.000.000 b. 500.000 - 2.000.000 d. > 5.000.000

Berapakah hasil produksi jagung dalam satu kali panen?	.....
--	-------

### C. Informasi Kegiatan Pemasaran

No	Cara Pemasaran	Jumlah (Biji/Buah)	Harga Jual (Rp)	Sistem pembayaran
a	Dijual langsung kepasar			
b	Dijual ke tengkulak			
c	Dijual ke pedagang besar			
d	Di jual langsung ke konsumen			
e	Lainnya  _____			

#### 1. Hasil penjualan jagung (Tiap panen)

- Jumlah Produksi x harga jual =      buah x Rupiah /buah

#### 2. Biaya Yang dikeluarkan (Tiap panen)

- Biaya pembelian pupuk      =
- Biaya pembelian benih      =
- Biaya pengangkutan      =
- Biaya lainnya      =

### D. Ketidakstabilan Harga

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Harga jual hasil panen jagung sesuai dengan informasi harga yang diperoleh dari kepala desa/aparat desa/penyuluh pertanian				

2	Terdapat perbedaan harga yang signifikan pada penjualan yang dilakukan langsung pada pedagang besar dengan penjualan pada tengkulak				
3	Saya tetap menjual hasil panen saya meskipun harga yang ditawarkan pedagang rendah				
4	Saya tetap menjual hasil panen jagung saya tanpa pandang naik turunnya harga jagung				
5	Harga jual jagung yang naik turun mempengaruhi keputusan saya untuk menjual jagung				
6	Jika harga jagung tinggi pendapatan saya ikut meningkat				

#### E. Saluran Distribusi Jagung

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Pedagang dan tengkulak saling bekerjasama dalam menentukan harga tanpa mengikuti standar harga pemerintah				
2	Tengkulak tidak pernah mendominasi dalam penentuan harga				
3	Sortir hasil panen jagung tidak meningkatkan pendapatan petani				
4	Saya menjual jagung hanya pada 1 pedagang secara terus menerus karena adanya perjanjian/ikatan				
5	Penjualan jagung dengan harga tinggi mudah dilakukan karena tersedia pilihan banyak pedagang				

6	<i>Pajjappa leppang/ calo duikkamburu/tengkulak</i> memberikan penawaran harga yang lebih menguntungkan dibandingkan pedagang besar				
---	---	--	--	--	--

#### F. Ketidakpercayaan Petani

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Tengkulak memberikan informasi harga yang lebih akurat dan update dibandingkan pedagang besar				
2	Tengkulak memberikan penawaran harga jagung yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang besar				
3	Saya tidak akan menjual hasil panen jagung saya kepada tengkulak meskipun dengan harga yang rendah				
4	Saya memiliki pola hubungan (peminjam-dan pemberi pinjaman/terikat utang piutang) dengan tengkulak				
5	Lebih mudah mendapatkan pinjaman uang dari tengkulak dibandingkan pedagang				
6	Tengkulak memiliki pengaruh yang lebih besar dan bisa diandalkan pada situasi keuangan darurat dibandingkan pedagang				
7	Saya sering merasa dirugikan/ditipu saat menjual hasil Jagung pada pedagang				

**G. Ketimpangan Pendapatan**

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya tidak pernah mengalami kerugian selama melakukan usahatani				
2	Informasi harga jagung di pasar/konsumen/pembeli yang terbaru/terupdate sangat sulit didapatkan				
3	Petani mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pedagang				
4	Saya sering menjual jagung dengan harga murah karena kebutuhan ekonomi yang mendesak				
5	Pemerintah membantu dalam memasarkan hasil jagung				

**H. Anomali Pemasaran Jagung**

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Walaupun tersedia banyak pilihan pedagang, tetapi petani tidak bisa bebas menjual dan menentukan kepada siapa akan menjual hasil jagung				
2	Saya tetap menjual hasil jagung pada pedagang X, meskipun saya mengetahui ada permainan harga dan mencurangi saya				
3	Menjual jagung basah lebih menguntungkan dibandingkan jagung kering				

4	Produksi jagung tinggi, permintaan tinggi, harga dipasaran tinggi, pendapatan petani rendah				
5	Rantai pemasaran yang panjang lebih menguntungkan dibandingkan rantai pemasaran yang pendek				

## Lampiran Dokumentasi Penelitian





## Lampiran Hasil Analisis

### D01 \* LOKASI Crosstabulation

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
D01	1.00	Count	3	2	0	5
		% within LOKASI	10.0%	6.7%	0.0%	5.6%
	2.00	Count	15	14	16	45
		% within LOKASI	50.0%	46.7%	53.3%	50.0%
	3.00	Count	7	13	8	28
		% within LOKASI	23.3%	43.3%	26.7%	31.1%
	4.00	Count	5	1	6	12
		% within LOKASI	16.7%	3.3%	20.0%	13.3%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

### D02 \* LOKASI Crosstabulation

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
D02	1.00	Count	9	5	10	24
		% within LOKASI	30.0%	16.7%	33.3%	26.7%
	2.00	Count	3	10	8	21
		% within LOKASI	10.0%	33.3%	26.7%	23.3%
	3.00	Count	9	9	5	23
		% within LOKASI	30.0%	30.0%	16.7%	25.6%
	4.00	Count	9	6	7	22
		% within LOKASI	30.0%	20.0%	23.3%	24.4%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**D03 \* LOKASI Crosstabulation**

			LOKASI			Total
			BANTAENG	GOWA	JENEPONTO	
D03	1.00	Count	8	4	2	14
		% within LOKASI	26.7%	13.3%	6.7%	15.6%
	2.00	Count	6	18	9	33
		% within LOKASI	20.0%	60.0%	30.0%	36.7%
	3.00	Count	11	8	15	34
		% within LOKASI	36.7%	26.7%	50.0%	37.8%
	4.00	Count	5	0	4	9
		% within LOKASI	16.7%	0.0%	13.3%	10.0%
Total		Count	30	30	30	90
		% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**D04 \* LOKASI Crosstabulation**

			LOKASI			Total
			BANTAENG	GOWA	JENEPONTO	
D04	1.00	Count	8	5	2	15
		% within LOKASI	26.7%	16.7%	6.7%	16.7%
	2.00	Count	6	18	7	31
		% within LOKASI	20.0%	60.0%	23.3%	34.4%
	3.00	Count	11	7	17	35
		% within LOKASI	36.7%	23.3%	56.7%	38.9%
	4.00	Count	5	0	4	9
		% within LOKASI	16.7%	0.0%	13.3%	10.0%
Total		Count	30	30	30	90
		% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**D05 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
D05	1.00	Count	14	6	5	25
		% within LOKASI	46.7%	20.0%	16.7%	27.8%
	2.00	Count	8	14	15	37
		% within LOKASI	26.7%	46.7%	50.0%	41.1%
	3.00	Count	2	9	6	17
		% within LOKASI	6.7%	30.0%	20.0%	18.9%
	4.00	Count	6	1	4	11
		% within LOKASI	20.0%	3.3%	13.3%	12.2%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**D06 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
D06	1.00	Count	9	8	4	21
		% within LOKASI	30.0%	26.7%	13.3%	23.3%
	2.00	Count	7	11	10	28
		% within LOKASI	23.3%	36.7%	33.3%	31.1%
	3.00	Count	2	7	6	15
		% within LOKASI	6.7%	23.3%	20.0%	16.7%
	4.00	Count	12	4	10	26
		% within LOKASI	40.0%	13.3%	33.3%	28.9%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**E01 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
E01	1.00	Count	6	1	2	9
		% within LOKASI	20.0%	3.3%	6.7%	10.0%
	2.00	Count	8	12	9	29
		% within LOKASI	26.7%	40.0%	30.0%	32.2%
	3.00	Count	13	10	9	32
		% within LOKASI	43.3%	33.3%	30.0%	35.6%
	4.00	Count	3	7	10	20
		% within LOKASI	10.0%	23.3%	33.3%	22.2%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**E02 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
E02	1.00	Count	2	2	2	6
		% within LOKASI	6.7%	6.7%	6.7%	6.7%
	2.00	Count	3	8	3	14
		% within LOKASI	10.0%	26.7%	10.0%	15.6%
	3.00	Count	15	13	16	44
		% within LOKASI	50.0%	43.3%	53.3%	48.9%
	4.00	Count	10	7	9	26
		% within LOKASI	33.3%	23.3%	30.0%	28.9%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**E03 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
E03	1.00	Count	6	2	2	10
		% within LOKASI	20.0%	6.7%	6.7%	11.1%
	2.00	Count	7	17	8	32
		% within LOKASI	23.3%	56.7%	26.7%	35.6%
	3.00	Count	10	6	11	27
		% within LOKASI	33.3%	20.0%	36.7%	30.0%
	4.00	Count	7	5	9	21
		% within LOKASI	23.3%	16.7%	30.0%	23.3%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**E04 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
E04	1.00	Count	4	2	1	7
		% within LOKASI	13.3%	6.7%	3.3%	7.8%
	2.00	Count	5	6	1	12
		% within LOKASI	16.7%	20.0%	3.3%	13.3%
	3.00	Count	13	18	20	51
		% within LOKASI	43.3%	60.0%	66.7%	56.7%
	4.00	Count	8	4	8	20
		% within LOKASI	26.7%	13.3%	26.7%	22.2%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**E05 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
E05	1.00	Count	5	0	0	5
		% within LOKASI	16.7%	0.0%	0.0%	5.6%
	2.00	Count	14	17	20	51
		% within LOKASI	46.7%	56.7%	66.7%	56.7%
	3.00	Count	9	12	7	28
		% within LOKASI	30.0%	40.0%	23.3%	31.1%
	4.00	Count	2	1	3	6
		% within LOKASI	6.7%	3.3%	10.0%	6.7%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**E06 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
E06	1.00	Count	12	10	4	26
		% within LOKASI	40.0%	33.3%	13.3%	28.9%
	2.00	Count	3	12	6	21
		% within LOKASI	10.0%	40.0%	20.0%	23.3%
	3.00	Count	7	2	11	20
		% within LOKASI	23.3%	6.7%	36.7%	22.2%
	4.00	Count	8	6	9	23
		% within LOKASI	26.7%	20.0%	30.0%	25.6%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**E07 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
E07	1.00	Count	16	10	7	33
		% within LOKASI	53.3%	33.3%	23.3%	36.7%
	2.00	Count	6	13	14	33
		% within LOKASI	20.0%	43.3%	46.7%	36.7%
	3.00	Count	6	7	8	21
		% within LOKASI	20.0%	23.3%	26.7%	23.3%
	4.00	Count	2	0	1	3
		% within LOKASI	6.7%	0.0%	3.3%	3.3%
Total		Count	30	30	30	90
		% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**F01 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
F01	1.00	Count	2	2	3	7
		% within LOKASI	6.7%	6.7%	10.0%	7.8%
	2.00	Count	5	8	9	22
		% within LOKASI	16.7%	26.7%	30.0%	24.4%
	3.00	Count	19	16	14	49
		% within LOKASI	63.3%	53.3%	46.7%	54.4%
	4.00	Count	4	4	4	12
		% within LOKASI	13.3%	13.3%	13.3%	13.3%
Total		Count	30	30	30	90
		% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**F02 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
F02	1.00	Count	12	15	17	44
		% within LOKASI	40.0%	50.0%	56.7%	48.9%
	2.00	Count	11	8	3	22
		% within LOKASI	36.7%	26.7%	10.0%	24.4%
	3.00	Count	7	1	6	14
		% within LOKASI	23.3%	3.3%	20.0%	15.6%
	4.00	Count	0	6	4	10
		% within LOKASI	0.0%	20.0%	13.3%	11.1%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**F03 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
F03	1.00	Count	7	2	5	14
		% within LOKASI	23.3%	6.7%	16.7%	15.6%
	2.00	Count	11	7	6	24
		% within LOKASI	36.7%	23.3%	20.0%	26.7%
	3.00	Count	12	16	15	43
		% within LOKASI	40.0%	53.3%	50.0%	47.8%
	4.00	Count	0	5	4	9
		% within LOKASI	0.0%	16.7%	13.3%	10.0%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	



**F04 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
F04	1.00	Count	7	2	2	11
		% within LOKASI	23.3%	6.7%	6.7%	12.2%
	2.00	Count	10	8	7	25
		% within LOKASI	33.3%	26.7%	23.3%	27.8%
	3.00	Count	13	16	17	46
		% within LOKASI	43.3%	53.3%	56.7%	51.1%
	4.00	Count	0	4	4	8
		% within LOKASI	0.0%	13.3%	13.3%	8.9%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**F05 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
F05	1.00	Count	12	4	3	19
		% within LOKASI	40.0%	13.3%	10.0%	21.1%
	2.00	Count	10	11	14	35
		% within LOKASI	33.3%	36.7%	46.7%	38.9%
	3.00	Count	8	12	9	29
		% within LOKASI	26.7%	40.0%	30.0%	32.2%
	4.00	Count	0	3	4	7
		% within LOKASI	0.0%	10.0%	13.3%	7.8%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**F06 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
F06	1.00	Count	9	3	4	16
		% within LOKASI	30.0%	10.0%	13.3%	17.8%
	2.00	Count	4	5	6	15
		% within LOKASI	13.3%	16.7%	20.0%	16.7%
	3.00	Count	16	15	15	46
		% within LOKASI	53.3%	50.0%	50.0%	51.1%
	4.00	Count	1	7	5	13
		% within LOKASI	3.3%	23.3%	16.7%	14.4%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**G01 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
G01	1.00	Count	10	9	7	26
		% within LOKASI	33.3%	30.0%	23.3%	28.9%
	2.00	Count	5	15	17	37
		% within LOKASI	16.7%	50.0%	56.7%	41.1%
	3.00	Count	15	6	6	27
		% within LOKASI	50.0%	20.0%	20.0%	30.0%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**G02 \* LOKASI Crosstabulation**

			LOKASI			Total
			BANTAENG	GOWA	JENEPONTO	
G02	1.00	Count	7	4	6	17
		% within LOKASI	23.3%	13.3%	20.0%	18.9%
	2.00	Count	7	10	7	24
		% within LOKASI	23.3%	33.3%	23.3%	26.7%
	3.00	Count	16	16	17	49
		% within LOKASI	53.3%	53.3%	56.7%	54.4%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**G03 \* LOKASI Crosstabulation**

			LOKASI			Total
			BANTAENG	GOWA	JENEPONTO	
G03	1.00	Count	16	13	9	38
		% within LOKASI	53.3%	43.3%	30.0%	42.2%
	2.00	Count	10	14	19	43
		% within LOKASI	33.3%	46.7%	63.3%	47.8%
	3.00	Count	4	3	2	9
		% within LOKASI	13.3%	10.0%	6.7%	10.0%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**G04 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
G04	1.00	Count	8	5	5	18
		% within LOKASI	26.7%	16.7%	16.7%	20.0%
	2.00	Count	4	17	10	31
		% within LOKASI	13.3%	56.7%	33.3%	34.4%
	3.00	Count	18	8	15	41
		% within LOKASI	60.0%	26.7%	50.0%	45.6%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**G05 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
G05	1.00	Count	9	10	5	24
		% within LOKASI	30.0%	33.3%	16.7%	26.7%
	2.00	Count	11	15	16	42
		% within LOKASI	36.7%	50.0%	53.3%	46.7%
	3.00	Count	10	5	9	24
		% within LOKASI	33.3%	16.7%	30.0%	26.7%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**H01 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
H01	1.00	Count	7	5	4	16
		% within LOKASI	23.3%	16.7%	13.3%	17.8%
	2.00	Count	7	8	10	25
		% within LOKASI	23.3%	26.7%	33.3%	27.8%
	3.00	Count	6	11	3	20
		% within LOKASI	20.0%	36.7%	10.0%	22.2%
	4.00	Count	10	6	13	29
		% within LOKASI	33.3%	20.0%	43.3%	32.2%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**H02 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
H02	1.00	Count	8	5	3	16
		% within LOKASI	26.7%	16.7%	10.0%	17.8%
	2.00	Count	7	4	10	21
		% within LOKASI	23.3%	13.3%	33.3%	23.3%
	3.00	Count	6	12	4	22
		% within LOKASI	20.0%	40.0%	13.3%	24.4%
	4.00	Count	9	9	13	31
		% within LOKASI	30.0%	30.0%	43.3%	34.4%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**H03 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
H03	1.00	Count	8	10	3	21
		% within LOKASI	26.7%	33.3%	10.0%	23.3%
	2.00	Count	3	2	5	10
		% within LOKASI	10.0%	6.7%	16.7%	11.1%
	3.00	Count	7	8	4	19
		% within LOKASI	23.3%	26.7%	13.3%	21.1%
	4.00	Count	12	10	18	40
		% within LOKASI	40.0%	33.3%	60.0%	44.4%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**H04 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
H04	1.00	Count	4	5	3	12
		% within LOKASI	13.3%	16.7%	10.0%	13.3%
	2.00	Count	11	9	7	27
		% within LOKASI	36.7%	30.0%	23.3%	30.0%
	3.00	Count	5	6	7	18
		% within LOKASI	16.7%	20.0%	23.3%	20.0%
	4.00	Count	10	10	13	33
		% within LOKASI	33.3%	33.3%	43.3%	36.7%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**H05 \* LOKASI Crosstabulation**

		LOKASI			Total	
		BANTAENG	GOWA	JENEPONTO		
H05	1.00	Count	0	1	0	1
		% within LOKASI	0.0%	3.3%	0.0%	1.1%
	2.00	Count	12	9	9	30
		% within LOKASI	40.0%	30.0%	30.0%	33.3%
	3.00	Count	13	14	11	38
		% within LOKASI	43.3%	46.7%	36.7%	42.2%
	4.00	Count	5	6	10	21
		% within LOKASI	16.7%	20.0%	33.3%	23.3%
Total	Count	30	30	30	90	
	% within LOKASI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

Number of variabls in your model: 9

Number of observed variabls: 5

Number of unobserved variabls: 4

Number of exogenous variabls: 5

Number of endogenous variabls: 4

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	4	0	0	0	0	4
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	7	0	5	0	0	12
Total	11	0	5	0	0	16

Number of distinct sample moments: 15

Number of distinct parameters to be estimated: 12

Degrees of freedom (15 - 12): 3

Estimates (Group number 1 – Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 – Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 – Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
D ←- F	.019	.074	.263	.792	
E ←- F	.213	.101	2.107	.035	
G ←- F	.118	.080	1.478	.139	
H ←- F	.230	.092	2.499	.012	
H ←- G	.164	.117	1.395	.163	
H ←- E	.209	.093	2.245	.025	
H <--- D	.252	.128	1.974	.048	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
D <--- F	.028
E <--- F	.218
G <--- F	.155
H <--- F	.246
H <--- G	.134
H <--- E	.218
H <--- D	.187



Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
F	15.357	2.302	6.671	***
e1	7.385	1.107	6.671	***
e2	8.772	1.315	6.671	***
e4	13.968	2.094	6.671	***
e3	10.732	1.609	6.671	***

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
G	.024
E	.048
D	.001
H	.200

Matrices (Group number 1 - Default model)

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	F	G	E	D
G	.118	.000	.000	.000
E	.213	.000	.000	.000
D	.019	.000	.000	.000
H	.298	.164	.209	.252

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	F	G	E	D
G	.155	.000	.000	.000
E	.218	.000	.000	.000

	F	G	E	D
D	.028	.000	.000	.000
H	.319	.134	.218	.187

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	F	G	E	D
G	.118	.000	.000	.000
E	.213	.000	.000	.000
D	.019	.000	.000	.000
H	.230	.164	.209	.252

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	F	G	E	D
G	.155	.000	.000	.000
E	.218	.000	.000	.000
D	.028	.000	.000	.000
H	.246	.134	.218	.187

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	F	G	E	D
G	.000	.000	.000	.000
E	.000	.000	.000	.000
D	.000	.000	.000	.000
H	.069	.000	.000	.000

## Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	F	G	E	D
G	.000	.000	.000	.000
E	.000	.000	.000	.000
D	.000	.000	.000	.000
H	.073	.000	.000	.000

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
D <--- F	.107	.002	.015	-.005	.003
E <--- F	.136	.003	.207	-.006	.004
G <--- F	.096	.002	.114	-.004	.003
H <--- F	.102	.002	.227	-.003	.003
H <--- G	.119	.003	.176	.012	.004
H <--- E	.117	.003	.215	.007	.004
H <--- D	.146	.003	.258	.006	.005

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
D <--- F	.151	.003	.016	-.012	.005
E <--- F	.141	.003	.215	-.003	.004
G <--- F	.126	.003	.150	-.005	.004
H <--- F	.109	.002	.241	-.005	.003
H <--- G	.098	.002	.145	.011	.003
H <--- E	.119	.003	.223	.004	.004
H <--- D	.107	.002	.190	.002	.003

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
F	2.619	.059	15.130	-.226	.083

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
e1	1.685	.038	7.117	-.268	.053
e2	1.053	.024	8.597	-.176	.033
e4	2.129	.048	13.509	-.459	.067
e3	1.509	.034	10.107	-.625	.048

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
G	.042	.001	.038	.014	.001
E	.062	.001	.066	.019	.002
D	.030	.001	.023	.022	.001
H	.083	.002	.244	.045	.003

	F	G	E	D
G	.096	.000	.000	.000
E	.136	.000	.000	.000
D	.107	.000	.000	.000
H	.101	.119	.117	.146

	F	G	E	D
G	.126	.000	.000	.000
E	.141	.000	.000	.000
D	.151	.000	.000	.000
H	.113	.098	.119	.107

	F	G	E	D
G	.096	.000	.000	.000
E	.136	.000	.000	.000
D	.107	.000	.000	.000

	F	G	E	D
H	.102	.119	.117	.146

	F	G	E	D
G	.126	.000	.000	.000
E	.141	.000	.000	.000
D	.151	.000	.000	.000
H	.109	.098	.119	.107

	F	G	E	D
G	.000	.000	.000	.000
E	.000	.000	.000	.000
D	.000	.000	.000	.000
H	.060	.000	.000	.000

	F	G	E	D
G	.000	.000	.000	.000
E	.000	.000	.000	.000
D	.000	.000	.000	.000
H	.063	.000	.000	.000

Iteration	Negative eigenvalues	Condition #	Smallest eigenvalue	Diameter	F	NTries	Ratio
0	e	0	5.606	9999.000	1514.957	0	9999.000
1	e	0	3.955	.306	1506.168	2	.000
2	e	0	3.825	.092	1505.218	1	1.009

Iteration	Negative eigenvalues	Condition #	Smallest eigenvalue	Diameter	F	NTries	Ratio
3	e 0	3.719		.007	1505.214	1	1.008
4	e 0	3.660		.000	1505.214	1	1.000

Iterations	Method 0	Method 1	Method 2
1	0	0	0
2	0	0	0
3	0	0	0
4	0	0	0
5	0	3	0
6	0	109	0
7	0	311	0
8	0	314	0
9	0	164	0
10	0	68	0
11	0	22	0
12	0	9	0
13	0	0	0
14	0	0	0
15	0	0	0
16	0	0	0
17	0	0	0
18	0	0	0

Iterations	Method 0	Method 1	Method 2
19	0	0	0
Total	0	1000	0

		-----
	.611	***
	4.243	*****
	7.875	*****
	11.507	*****
	15.139	*****
	18.771	*****
	22.403	*****
N = 1000	26.035	**
Mean = 11.266	29.668	*
S. e. = .202	33.300	*
	36.932	*
	40.564	
	44.196	*
	47.828	
	51.460	*
		-----

		-----
	1510.429	*****
	1522.575	*****
	1534.722	*****

	1546.869	****
	1559.015	**
	1571.162	*
	1583.309	*
N = 1000	1595.455	*
Mean = 1530.161	1607.602	*
S. e. = .477	1619.749	
	1631.895	
	1644.042	
	1656.188	
	1668.335	
	1680.482	*
		-----

		-----
	-85.259	*
	-58.566	**
	-31.873	*****
	-5.179	*****
	21.514	*****
	48.207	*****
	74.901	*****
N = 1000	101.594	*****
Mean = 46.360	128.288	****
S. e. = 1.713	154.981	**



181.674  **
208.368  **
235.061  *
261.754
288.448  *
-----

-----
9.546  **
26.659  *****
43.772  *****
60.885  *****
77.997  ***
95.110  **
112.223  **
N = 1000 129.336  *
Mean = 46.567 146.449  *
S. e. = .753 163.562  *
180.675
197.788
214.901
232.014
249.126  *
-----

Model	NPAR	CMIN
-------	------	------

Model	NPAR	CMIN
Default model	12	1505.214

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.857	.967		

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1529.214	1530.949	1559.212	1571.212

Minimization: .027

Miscellaneous: .414

Bootstrap: .257

Total: .698