

Analisis Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi

Sofya A. Rasvid¹, Irmawaty², Alex Romi³

^{1,2,3} Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk saluran, menganalisis margin dan mengetahui bagian harga yang diterima petani (*farmer share*) pemasaran jagung hibrida di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Boladangko merupakan salah satu desa penghasil jagung hibrida di Kabupaten Sigi. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Februari - April 2022. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sampling jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jumlah sampel untuk masing-masing adalah 15 responden petani jagung hibrida, 2 responden pedagang pengumpul, dan 2 responden untuk pedagang pengecer sehingga keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 19 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pemasaran yaitu saluran pemasaran, biaya, keuntungan, margin pemasaran, dan bagian harga yang diterima petani (*farmer share*). Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran di Desa Boladangko yaitu : saluran pemasaran I : petani → pedagang pengecer → konsumen dan saluran pemasaran kedua : petani → pedagang pengumpul → konsumen (peternak ayam). Besarnya margin pemasaran pada saluran I Rp. 1.000,-/kg, dengan total biaya pemasaran sebesar Rp.190,-/kg, sehingga memperoleh keuntungan Rp.810,-/kg. Pada saluran II besarnya margin pemasaran Rp. 500,-/kg, dengan total biaya pemasaran sebesar Rp.310,-/kg, sehingga memperoleh keuntungan Rp.190,-/kg. Pada saluran I *farmer share* yang diterima petani sebesar 80,00 %. Sedangkan pada saluran II *farmer share* yang diterima petani sebesar 80,89 %. *Farmer share* yang terdapat pada saluran pemasaran I dan II di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi dikatakan efisien karena > 50%.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Farmer Share, Jagung Hibrida

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani tergantung pada tingkat pendapatan petani dan keuntungan yang didapat dari sektor pertanian itu sendiri. Sektor pertanian merupakan andalan untuk meningkatkan kesejahteraan sebagian masyarakat Indonesia karena sebagian besar masyarakat Indonesia tinggal di pedesaan dan bekerja di sektor pertanian. Sektor pertanian juga dapat menjadi basis dalam mengembangkan kegiatan ekonomi pedesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian yaitu agribisnis dan agroindustri (Muflihun, S., 2019).

Tanaman jagung memiliki peranan penting sebagai pemenuh kebutuhan pangan, pakan dan industri dalam negeri yang setiap tahunnya cenderung meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan perkembangan industri pangan dan pakan, sehingga dari sisi ketahanan pangan nasional fungsinya menjadi sangat penting dan strategis. Bahan baku jagung berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan dan pakan ternak yang terus meningkat setiap tahunnya. Untuk memenuhi kebutuhan pangan dan pakan tersebut maka Kementerian Pertanian berupaya agar produksi jagung terus meningkat (Tim Penyusun, 2020). Berkaitan dengan hal tersebut, sejak tahun 2015, Kementerian Pertanian melaksanakan program peningkatan produksi pangan khususnya jagung, dalam bentuk Gerakan Penerapan Pengelolaan Tanaman Terpadu (GP-PTT) dengan pendekatan regional. Target produksi nasional untuk jagung tahun 2015 yaitu 20 juta ton (Balitsereal, 2014).

Pemerintah telah menetapkan swasembada komoditas jagung serta mendorong peningkatan ekspor ke luar negeri untuk memenuhi permintaan pasar internasional. Dalam upaya menjaga pertumbuhan produksi maka pemerintah terus berupaya meningkatkan luas areal pertanaman jagung melalui skema benih bantuan. Balitbangtan menerima bagian benih mencapai 65% dari total benih bantuan pemerintah pada Tahun 2018 (Muflihun, S., 2019).

Kabupaten Sigi merupakan salah satu daerah penopang pangan untuk masyarakat di Kota Palu dan juga merupakan kawasan nasional untuk pengembangan tanaman jagung. Pada tahun 2021 Kabupaten Sigi mendapatkan

alokasi 2.000 hektar untuk jagung, selain itu ada pula 3.000 hektar yang akan dijadikan sebagai korporasi jagung, Hal ini terlihat dari 13 kabupaten yang ada di Provinsi Sulawesi Tengah, Kabupaten Sigi merupakan penghasil tanaman jagung dengan luas panen tertinggi pada tahun 2021 yaitu sebesar 17.651,6 Ha.

Kecamatan Kulawi merupakan salah satu daerah penghasil jagung yang ada di Kabupaten Sigi dengan luas panen jagung pada Tahun 2021 sebesar 1.363 Ha, juga mempunyai peranan penting dalam perekonomian yang difokuskan untuk peningkatan produksi dan produktivitas tanaman jagung. .

Desa Boladanko merupakan salah satu desa yang berada dalam wilayah Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi memiliki permasalahan yang sering dihadapi oleh petani jagung dalam proses pemasaran hasil produksi. Biaya pemasaran yang besar membuat banyak petani mengandalkan lembaga pemasaran yang dapat menyediakan fasilitas seperti transportasi dan persyaratan yang dibutuhkan oleh petani dalam memasarkan produksinya. Hal ini menyebabkan perbedaan margin pemasaran antara petani dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil pertanian.

Keterlibatan berbagai lembaga pemasaran mempengaruhi harga yang diterima oleh petani. Semakin banyaknya lembaga pemasaran jagung yang terlibat, semakin rantai pemasaran jagung dan pada akhirnya semakin tinggi margin pemasaran yang terbentuk. Harga yang diterima oleh petani jauh berbeda dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dikarenakan jagung telah melalui proses pemasaran pada lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Wijayanti, V., 2018).

Adanya perbedaan harga yang terbentuk antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen menunjukkan perbedaan biaya dan keuntungan masing-masing lembaga pemasaran. Harga yang tinggi di tingkat konsumen selalu membawa keuntungan yang tinggi bagi petani.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pemasaran Jagung Hibrida di Desa Boladanko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi?
2. Bagaimana margin pemasaran jagung hibrida di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi?
3. Berapa besar bagian harga yang diterima oleh petani hibrida di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi?

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi
2. Untuk menganalisis margin pemasaran jagung hibrida di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi
3. Untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani jagung hibrida di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Boladangko merupakan salah satu desa penghasil jagung hibrida di Kabupaten Sigi. Penelitian ini dilakukan pada Bulan Februari - April 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013).

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sampling jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2013). Jumlah sampel untuk masing-masing adalah 15 responden petani jagung hibrida, 2 responden pedagang pengumpul, dan 2 responden untuk pedagang pengecer yang ada di Desa Boladangko, sehingga keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 19 responden.

Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari para responden dengan menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Boladangko dilakukan analisis secara deskriptif yaitu dengan melalui pengamatan secara langsung dilapangan.
2. Untuk menganalisis margin pemasaran dilakukan analisis margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran sebagai berikut :
 - a. Analisis biaya digunakan untuk mengetahui biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang (Soekartawi (1993), dalam Fatmawati dan Zulham (2019) dengan rumus :

$$B = \sum_i^n = 1 B_i$$

dimana :

B = Biaya pemasaran (Rp/kg)

B_i = Besarnya biaya i (i adalah biaya transportasi, pengemasan, penyusutan dan operasional) (Rp/kg)

n = Jumlah data

- b. Untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh oleh pedagang digunakan rumus (Soekartawi (1993), dalam Fatmawati dan Zulham (2019):

$$\pi = M - B$$

dimana :

π = Keuntungan (Rp/kg)

M = Margin pemasaran (Rp/kg)

B = Biaya pemasaran (Rp/kg)

- c. Besarnya margin pemasaran yang diperoleh dihitung dengan mengacu kepada Apriono, dkk., dalam Maysari, R., dkk (2017), adalah sebagai berikut:

$$Mmi = Ps - Pb$$

Keterangan:

Mmi = Margin pemasaran pada setiap tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

Ps = Harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

Pb = Harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

- d. Alat analisis yang digunakan untuk melihat bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer share*) secara matematis dirumuskan sebagai berikut (Alam, A.S & Sutanto A.H., 2019) :

$$Fs = \frac{Hp}{He} \times 100 \%$$

Keterangan :

Fs = Bagian harga yang diterima petani (%)

Hp = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

He = Harga tingkat eceran (Rp/kg):

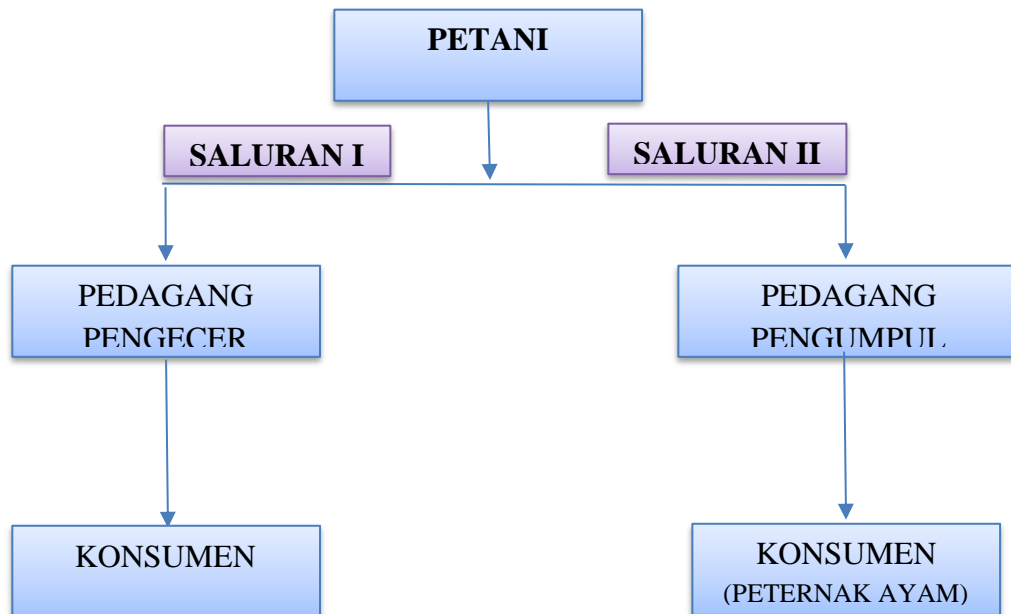
HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Boladanko, terdapat dua saluran pemasaran yaitu :

1. Saluran Pertama : Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen
2. Saluran Kedua : Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen (peternak ayam)

Adapun proses pemasaran jagung di Desa Boladanko dapat di lihat pada gambar 3 berikut:



Gambar 3 : Bentuk Saluran Pemasaran jagung Hibrida di Desa Boladanko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi.

Berdasarkan gambar 3 diatas, pada saluran I pedagang pengecer melakukan pembelian langsung kepihak petani dengan harga Rp. 4.000,-/kg kemudian oleh pedagang pengecer dijual kembali kepada konsumen dengan harga Rp.5.000,-/kg. Pada saluran II sebahagian besar petani menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul, hal ini disebabkan karena pedagang pengumpul mampu membeli jagung dalam jumlah yang banyak. Pedagang pengumpul melakukan pembelian langsung kepihak petani dengan harga Rp. 4.000,-/kg kemudian oleh pedagang pengumpul dijual kembali kepada konsumen dalam hal ini adalah peternak ayam yang ada Kabupaten Sigi dengan harga Rp.4.500,-/kg.

Pada saluran pemasaran I dan II di Desa Boladanko merupakan saluran pemasaran tingkat I, karena hanya melalui satu perantara yaitu pedagang pengecer. Hal ini sesuai dengan pendapat Djaslim Saladin (2004) dalam Ritonga, H.M., dkk (2018) menyatakan bahwa saluran satu tingkat adalah penjualan yang melalui satu perantara.

Analisis Margin Pemasaran

Menurut Sudiyono dalam Nurlaila, S., (2009) margin pemasaran merupakan perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Margin pemasaran terdiri dari komponen yang terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Besarnya biaya yang dikeluarkan produsen dan setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran berbeda-beda. Besarnya biaya pemasaran sangat dipengaruhi oleh kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran.

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

Hasil analisis biaya, keuntungan, margin dan *farmer share* dalam pemasaran jagung di Desa Boladangko terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 11. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Jagung Pada Saluran I dan II di Desa Boladangko, Tahun 2022

Uraian	Harga (Rp/Kg)
Salura I	
I. Petani	
Harga Jual	4000
II. Pedagang Pengecer	
a. Harga Beli	4000
b. Biaya Pemasaran	
* Biaya Transportasi	40
* Biaya Pengemasan	70
* Biaya Penyusutan	50
* Biaya Operasional	30
	Jumlah Biaya
	190
c. Harga Jual ke Konsumen	5000
d. Keuntungan	810
e. Margin Pemasaran	1000
Salura II	
I. Petani	

Harga Jual	4000
II. Pedagang Pengumpul Desa	
a. Harga Beli	4000
b. Biaya Pemasaran	
* Biaya Transportasi	175
* Biaya Pengemasan	50
* Biaya Penyusutan	10
* Biaya Operasional	75
Jumlah Biaya	310
c. Harga Jual ke Konsumen	4500
d. Keuntungan	190
e. Margin Pemasaran	500

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Pada Tabel 11 dapat dilihat besarnya margin pemasaran pada saluran I diperoleh dari hasil pengurangan harga jual pedagang pengecer dengan harga beli pada petani yaitu $\text{Rp. } 5.000 - \text{Rp. } 4.000 = \text{Rp. } 1.000,-/\text{kg}$. Keuntungan pemasaran diperoleh dari hasil margin pemasaran dikurangi dengan total biaya pemasaran, yaitu $\text{Rp. } 1.000 - \text{Rp. } 190 = \text{Rp. } 810,-/\text{kg}$. Pada saluran II diperoleh dari hasil pengurangan harga jual pedagang pengumpul dengan harga beli pada petani yaitu $\text{Rp. } 4.500 - \text{Rp. } 4.000 = \text{Rp. } 500,-/\text{kg}$. Keuntungan pemasaran diperoleh dari hasil margin pemasaran dikurangi dengan total biaya pemasaran, yaitu $\text{Rp. } 500 - \text{Rp. } 310 = \text{Rp. } 190,-/\text{kg}$.

Farmer share pada saluran pemasaran jagung di Desa Boladangko terlihat pada Tabel 12 berikut ini :

Tabel 12. *Farmer share* pada Saluran Pemasaran Jagung di Desa Boladangko, Tahun 2022

Saluran pemasaran	Harga ditingkat Petani (Rp/kg)	Harga ditingkat Konsumen (Rp/kg)	<i>Farmer share</i> (%)
Saluran pemasaran I	4000	5000	80,00
Saluran pemasaran II	4000	4500	88,89

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Pada Tabel 12 terlihat bahwa pada saluran I *farmer share* yang diterima petani sebesar 80,00 % artinya bagian yang diterima oleh petani yaitu 80,00% dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Sedangkan pada saluran II *farmer share* yang diterima petani sebesar 80,89 % artinya harga yang dibayarkan oleh konsumen yang diterima oleh petani yaitu 80,89%. *Farmer share* yang paling tinggi ada pada saluran pemasaran II.

Farmer share yang terdapat pada saluran pemasaran I dan II di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi dikatakan efisien karena > 50%. Hal ini sesuai dengan pendapat sudiyono (2002), dalam Alam, A.S & Sutanto A.H., (2019), bahwa bila bagian harga yang di terima petani >50% maka pemasaran dikatakan efisien. Menurut Azzaino (1991) dalam Wijayanti, V., (2018) menyatakan suatu pemasaran dikatakan efisien apabila mempunyai margin yang rendah dan farmer share yang tinggi

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat dua saluran pemasaran yaitu : saluran pemasaran pertama : petani → pedagang pengecer → konsumen dan saluran pemasaran kedua : petani → pedagang pengumpul → konsumen (peternak ayam)
2. Besarnya margin pemasaran pada saluran I Rp. 1.000,-/kg, dengan total biaya pemasaran sebesar Rp.190,-/kg, sehingga memperoleh keuntungan Rp.810,-/kg. Pada saluran II besarnya margin pemasaran Rp. 500,-/kg, dengan total biaya pemasaran sebesar Rp.310,-/kg, sehingga memperoleh keuntungan Rp.190,-/kg.
3. Pada saluran I *farmer share* yang diterima petani sebesar 80,00 % . Sedangkan pada saluran II *farmer share* yang diterima petani sebesar 80,89 % . *Farmer share* yang terdapat pada saluran pemasaran I dan II di Desa Boladangko Kecamatan Kulawi Kabupaten Sigi dikatakan efisien karena > 50% .

Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat disarankan :

1. Kepada petani bahwa dalam proses pemasaran hasil produksi jagung hibrida dapat menggunakan saluran pemasaran I dan II karena farmer sharenya > 50% atau dikatakan efisien.
2. Kepada lembaga pemasaran harus teliti dalam menentukan harga terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran.
3. Kepada pemerintah agar dapat memfasilitasi petani dalam pemasaran hasil produksi jagung, mempermudah akses kredit bagi petani (KUR), dan bantuan petugas penyuluh pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghis, G. L. P., Hartono, R., & Maryani, A. (2020). Peningkatan kapasitas petani dalam penerapan biopestisida pengendali hama pada tanaman padi sawah (*oryza sativa* L.) Di desa ciasmara kecamatan pamijahan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(4), 647–658. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i4.147>
- Alam, A.S & Sutanto A.H., 2019. *Analisis saluran dan margin pemasaran Manggis studi kasus di kelompok tani Manggista desa cibokor kecamatan cibeber Kabupaten cianjur*. Jurnal Agrita Vol 1. No. 2, Desember 2019.
- Badan Pusat Statistik, 2022. *Sosial dan Kependudukan*. Jakarta. Indonesia (23 Juni 2022)
- Balitsereal. 2014. *Laporan Balai Penelitian Tanaman Serealia Maros, Badan Litbang Pertanian, Kementerian Pertanian*.
- Fatmawati and Zulham. 2019. "Analisis Margin Dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung (*Zea mays*) Di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo." *Gorontalo Agriculture Technology Journal* 2 :19-29.
- Maysari, R., Sjamsir, Z., Nurhapsa., 2017. *Pola Distribusi Dan Margin Pemasaran Bawang Merah Di Kota Parepare*. Jurnal Galung Tropika, 6 (3) Desember 2017, ISSN Online 2407-6279. ISSN Cetak 2302-4178.
- Muflihun, S., 2019. *Analisis pemasaran jagung di Desa Rade Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Nurlaila, S., 2009. *Analisis Margin Pemasaran Ubi Kayu (Manihot Utilissima) (Studi Kasus Di Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri)*. Faluktas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Ritonga, M.H., Fikri, M. E., Siregar, N., Agustin,R.R., Hidayat, R., 2018. *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. CV. Manhaji. ISBN : 9786020745180
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta Bandung
- Tim Penyusun, 2020. *Teknik Budidaya Jagung: Buku Panduan*. BAPPENAS
- Wijayanti, V., 2018. *Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung (Zea Mays L.) (Di Desa Kedung Malang, Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri)*. Universitas brawijaya Fakultas pertanian Malang.