

ANALISIS PEMASARAN JAGUNG HIBRIDA DI DESA ROGO KECAMATAN DOLO SELATAN KABUPATEN SIGI

Market Analysis of Hybrid Corn in Rogo Village, South Dolo Subdistrict, Sigi Regency

Linda firani¹⁾, Dafina Howara²⁾, Effendy²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako Palu

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako Palu

Email : lindafirani96@gmail.com, dhowara@yahoo.com, effendi_surentuyahoo.com

ABSTRACT

This study aims to find out the marketing channel, what is the marketing margin and the price portion received by farmers and the efficiency of marketing hybrid corn in Rogo Village, South Dolo District, Sigi Regency. This research was carried out from March to May 2019. Determination of respondents was carried out by simple random sampling method as many as 42 farmers from a total population of 71 farmers who cultivated hybrid corn commodities and then took traders samples by means of an assessment method (Tracing sampling) in order to get 1 respondent collector, 2 retailers. The analysis used in this study is marketing analysis, namely marketing channels, marketing margins, the portion of prices received by farmers, and the efficiency of suppliers. The results of marketing analysis show that the hybrid corn marketing channel in Rogo Village, South Dolo Subdistrict, Sigi Regency through two channels, namely: a. Consumer – Retailer - Farmers; dan b. Farmers - Collector Traders – Consumer - Retailers. The results of the margin analysis of marketing of hybrid channel I corn is Rp. 3,600 and channel II Rp. 4,900, part of the price received by seluran I farmers is 50%, while channel II is 42%. Marketing efficiency for channel 1 is 0.33%, while channel II is 0.37%. So that from the two channels, the most efficient channel is the first channel with an efficiency value of 0.33%

Keywords : Market, Farming, Hybrid corn.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, berapa margin pemasaran dan bagian harga yang diterima petani serta efisiensi pemasaran jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi. Penelitian ini di laksanakan pada bulan Maret sampai dengan Mei 2019. Penentuan responden dilakukan dengan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling method*) sebanyak 42 petani dari total populasi 71 petani yang mengusahakan komoditi jagung hibrida kemudian mengambil sampel pedagang dilakukan dengan cara metode penjajakan (*Tracing sampling*) sehingga didapat 1 responden pedagang pengumpul, 2 pedaganag pengecer. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pemasaran yaitu saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani, dan efisiensi pemasran. Hasil analisis pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi melalui dua saluran yaitu : a. Petani - Pedagang Pengecer -Konsumen; dan b. Petani - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer - Konsumen. Hasil analisis margin pemasaran jagung hibrida saluran I adalah sebesar Rp. 3.600 dan saluran II sebesar Rp. 4.900, bagian harga yang diterima petani seluran I sebesar 50%, sedangkan saluran II 42%. Efisiensi pemasaran untuk saluran 1 Sebesar 0,33%, sedangkan

saluran II 0,37%. Sehingga dari dua saluran tersebut, saluran yang paling efisien yaitu saluran pertama dengan nilai efisiensi sebesar 0,33%.

Kata Kunci : Pemasaran, Usahatani, Jagung Hibrida.

PENDAHULUAN

Jagung adalah komoditas palawija utama di Indonesia ditinjau dari aspek pengusahaan dan penggunaan hasilnya, yaitu sebagai bahan baku pangan dan pakan. Perkembangan ekonomi dewasa ini, disamping sebagai bahan makanan pokok, kegunaan lain jagung ialah sebagai bahan baku pembuatan pakan ternak, bahan baku industri bir, industri farmasi, dektrin termasuk untuk perekat dan industri tekstil (Lihawa, 2017)

Pemasaran produk hasil pertanian selalu menjadi masalah yang mendasar bagi para petani. Oleh karena itu, pemasaran menjadi sangat penting ketika produsen atau petani akan menjual hasilnya (jagung pipilan) karena harga ditentukan oleh pedagang atau pengusaha, sedangkan posisi tawar menawar (*bargaining position*) petani lemah (Widiastuti dan Harisudin 2013).

Jagung merupakan sumber (vitamin B1) yang sangat penting bagi kesehatan sel otak dan fungsi kognitif sebab vitamin dibutuhkan untuk membentuk *acetylcholine* yang berfungsi memaksimalkan komunikasi antar sel otak dalam proses berfikir dan konsentrasi jika kadar zat ini menurun maka akan menyebabkan pikun dan penyakit *Alzheimer* (Pamungkas dan Pujiharto, 2016).

Sulawesi Tengah merupakan salah satu wilayah penghasil jagung di Indonesia. Tanaman jagung di daerah ini dipanen dalam bentuk jagung kering yang kemudian digiling untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga petani sebagai pakan ternak ternak seperti sapi dan kambing. Produksi dan kondisi pemasaran jagung di Provinsi Sulawesi dapat dilihat pada tabel.

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi jagung di Sulawesi Tengah pada tahun 2013-2017 mengalami fluktuasi (ketidak tetapan), terjadinya fluktuasi produksi disebabkan oleh adanya perubahan setiap tahun, Tahun 2017 total produksi sebesar 131.123 Ton, yang apabila diasumsikan bahwa jumlah yang dipasarkan sebesar 90% yaitu 118.010,70 Ton, maka yang dikonsumsi oleh petani sebagai pakan ternak sebesar 10% yaitu 13.112,30.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka tujuan penelitian untuk mengetahui :

1. Mengetahui bentuk saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi.
2. Mengetahui besarnya margin pemasaran jagung hibrida pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi
3. Mengetahui besarnya bagian harga yang diterima oleh petani jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi.
4. Mengetahui besarnya efisiensi pemasaran jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi.

Tabel 1. Produksi dan Kondisi Pemasaran Jagung di Provinsi Sulawesi Tengah Tahun 2013-2017.

Tahun	Produksi (Ton)	Penjualan* (Ton)	Konsumsi* (Ton)
2013	161.810	145.629,00	16.181,00
2014	141.649	127.484,10	14.164,90
2015	139.265	125.338,50	13.926,50
2016	170.202	153.181,80	17.020,20
2017	131.123	118.010,70	13.112,30
Rata-rata	148.809,8	133.928,82	14.880,98

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah, 2018.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi. Lokasi penelitian ini di pilih secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan dan informasi dari dinas terkait bahwa Desa Rogo merupakan salah satu sentra produksi. Desa rogo merupakan penghasil jagung hibrida tertinggi ke 4 di Kecamatan Dolo Selatan dan merupakan salah satu tempat yang berdampak gempa bumi pada 28 September 2018. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai Mei 2019.

Penentuan responden ini dapat dilakukan beberapa tahap yaitu yang pertama dengan menggunakan standar deviasi untuk mengetahui apakah populasi responden yang diteliti bersifat homogen atau tidak. Sesuai perhitungan standar deviasi yang menyatakan bahwa sampel dinyatakan homogen sehingga penentuan responden dilakukan dengan menggunakan metode acak sederhana (*simple random sampling method*), dimana setiap petani mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel di Desa Rogo. Jumlah populasi petani yang berusaha jagung hibrida sebanyak (N) 71 petani dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 10% sehingga didapatkan jumlah petani responden dalam penelitian ini sebanyak 42 petani jagung hibrida.

Analisis data

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini maka model analisis yang digunakan untuk mengetahui margin pemasaran sebagai berikut:

Hanafiah dan Saefuddin (2006) mengetahui margin pemasaran maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp/kg)

Hp = Harga Penjualan (Rp/kg)

Hb = Harga Pembelian (Rp/kg)

Anindita (2004) untuk menghitung jumlah margin pemasaran yang diperoleh pada masing-masing saluran pemasaran, secara matematis :

$$MT = M_1 + M_2 + M_3 + \dots + M_n$$

Keterangan :

MT = Margin Total (Rp/kg)

M₁, M₂, M₃, M_n = Margin dari setiap saluran pemasaran (Rp/kg)

Swastha dan Sokotjo (2002) Mengetahui bagian harga yang diterima petani maka dapat digunakan rumus sebagai berikut;

$$Spf = \frac{\text{Price Farm}}{\text{Price Retailer}} \times 100\%$$

Keterangan :

Spf = Bagian harga yang diterima petani (%)

Price Farm = Harga petani (Rp/kg)
Price Retailer = Harga konsumen akhir
 (Rp/kg)

Daniel (2002) Efisiensi pemasaran adalah tindakan memaksimalkan hasil dengan menggunakan modal (tenaga kerja, material, dan alat) yang minimal. Untuk menghitung efisiensi pemasaran jagung hibrida secara matematis:

$$Eps = (TB/TNP) \times 100$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya (Rp)

TNP = Total Nilai Produksi (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Saluran Pemasaran

Hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Rogo, terdapat dua saluran pemasaran Jagung Hibrida yaitu sebagai berikut :

1. Petani-Pedagang Pengecer- Konsumen
2. Petani-Pedagang-Pengumpul-Pedagang Pengecer-Konsumen

Saluran pertama petani menjual jagung hibrida kepedagang pengecer dengan harga Rp. 3.600/Kg. kemudian pedagang pengecer menjual langsung ke konsumen di Pasar dengan harga Rp. 7.200/Kg. petani yang menjual jagung hibrida pada saluran pertama sebanyak 18 orang dengan produksi 53.010/Kg. Saluran Kedua petani menjual jagung hibrida kepedagang pengumpul dengan harga Rp. 3.600/Kg. Pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 6.500/Kg, dan pedagang pengecer menjual kembali kekonsumen yang berada di Pasar Inpres dan Masomba dengan Harga Rp. 8.500/Kg.

B. Margin Pemasaran

Margin pemasaran pada saluran I, menunjukkan harga penjualan produsen atau

harga pembelian pedagang pengecer sebesar Rp.3.600/Kg dan harga penjualan pedagang pengecer ke konsumen Rp.7.200/Kg, dengan biaya pemasaran yaitu biaya penggilingan sebesar Rp.75/Kg, biaya pengemasan sebesar Rp.20/Kg, dan biaya transportasi 1 Rp.30/Kg, biaya transportasi 2 Rp.50/Kg, biaya transportasi 3 Rp.5/Kg, dengan total biaya pemasaran ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp.190/Kg menghasilkan margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp.3.600/Kg sehingga hasil keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp.3.405/Kg.

Margin pemasaran pada saluran II, harga pembelian pedagang pengumpul sebesar Rp.3.600/Kg dengan jumlah biaya sebesar Rp. 105/Kg, menghasilkan margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp.2.900/Kg sehingga hasil keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp.2.795/Kg. Sedangkan harga penjualan pedagang pengumpul kepedagang pengecer sebesar Rp.6.500/Kg dan harga penjualan pedagang pengecer kekonsumen sebesar Rp.8.500/Kg, dengan jumlah biaya ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp.160/Kg menghasilkan margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp.1.840/Kg sehingga Margin total pada saluran II sebesar Rp. 4.635/Kg.

Total margin pada saluran satu adalah Rp.3.600/Kg, yang diterima oleh pedagang pengecer, dengan harga penjualan yaitu sebesar Rp.7.200/Kg.

Total Megin Saluran I

$$M_T = M_1$$

$$M_T = Rp. 3.600$$

$$M_T = Rp. 3.600/Kg$$

Total margin pada saluran kedua adalah sebesar Rp.4.900/Kg, yang terdiri atas margin dari pedagang pengumpul yaitu Rp.2.900/Kg dan dari pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 2.000/Kg.

Total Margim Saluran II

$$M_T = M_1 + M_2$$

$$M_T = \text{Rp. } 2.900 + \text{Rp. } 2.000$$

$$M_T = \text{Rp. } 4.900/\text{Kg}$$

C. Bagian Harga

Bagian Harga Yang Diterima Petani adalah harga yang menunjukkan perkembangan harga produsen atas hasil produksi petani, dapat dilihat fluktuasi harga barang-barang yang dihasilkan petani.

1. Bagian harga yang diterima petani pada saluran pertama

$$SF = Pf/Pr \times 100\%$$

$$= (\text{Rp. } 3.600 / \text{Rp. } 7.200) \times 100\%$$

$$= 50\%$$

2. Bagian harga yang diterima petani pada saluran kedua :

$$SF = Pf/Pr \times 100\%$$

$$= (\text{Rp. } 3.600 / \text{Rp. } 8.500) \times 100\%$$

$$= 42\%$$

Bagian harga yang diterima petani pada saluran I 50%, sedangkan bagian harga yang diterima petani pada saluran II 42%, dari kedua bagian harga tersebut, bagian harga yang paling besar yaitu saluran I sebesar 50 %.

D. Efisiensi Pemasaran

Nilai Efisiensi tiap saluran pemasaran di Desa Rogo dapat dihitung menggunakan Rumus;

$$E_{ps} = (TB/TNP) \times 100\%$$

1. Nilai Efisiensi pada saluran I

$$E_{ps} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Total nilai produksi}} \times 100\%$$

$$E_{ps} = \frac{180}{53.010} \times 100\% = 0,33\%$$

2. Nilai Efisiensi pada Saluran II

$$E_{ps} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Total nilai produksi}} \times 100\%$$

$$E_{ps} = \frac{265}{69.885} \times 100\% = 0,37\%$$

Nilai efisiensi pemasaran jagung hibrida pada saluran I adalah 0,33%,

sedangkan nilai efisiensi untuk saluran II adalah sebesar 0,37%, dari kedua saluran tersebut, saluran yang paling efisien yaitu saluran pertama dengan nilai efisiensi sebesar 0,33%. Hal tersebut dikarenakan pada saluran pertama memiliki rantai pemasaran yang pendek, total margin pemasaran yang kecil, dan bagian harga yang diterima petani lebih tinggi sehingga saluran pertama lebih efisien dibandingkan dengan saluran kedua.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi terdiri atas dua saluran pemasaran yaitu.
 - a. Petani-Pedagang Pengecer-Konsumen
 - b. Petani-Pedagang Pengumpul Pedagang-Pengecer-Konsumen
2. Margin pemasaran jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi pada saluran I sebesar Rp. 3.600/Kg dan saluran II sebesar Rp. 4.900/Kg.
3. Bagian harga yang diterima petani jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi pada saluran I sebesar 50% dan Saluran II 42%.
4. Efisiensi pemasaran jagung hibrida di Desa Rogo Kecamatan Dolo Selatan Kabupaten Sigi pada saluran I Sebesar 0,33% dan saluran II 0,37%.

Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat disarankan kepada petani bahwa dalam proses pemasaran hasil panen jagung hibrida sebaiknya menggunakan saluran pertama karena pada saluran pertama memiliki rantai pemasaran yang pendek, total margin pemasaran yang

kecil, dan bagian harga yang diterima petani lebih tinggi sehingga saluran pertama lebih efisien dibandingkan dengan saluran kedua.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus. Surabaya.
- Daniel, M. 2002. *Pengetahuan Ilmu Ekonomi*. Bumi Askara, Jakarta.
- Hanafiah, AM, Sefuddin, AM. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta (ID): Universitas Indonesia Press.
- Lihawa, RI, 2017. Analisis Pemasaran Jagung di Kecamatan Ulubongka Kabupaten Tojo Una-Una. *Jurnal Mitra Sains : Volume 5 Nomor 4*, hlm 93-104.
- Pamungkas, DB, Pujiharto, DB. 2016. Analisis Pemasaran Jagung (Zae Mays L.) Di Desa Karang malang Kecamatan Kedung banteng Kabupaten Tegal. *Agritech : Vol. XVIII* hlm 101 – 106.
- Swastha dan Sokotjo, 2002. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Moderen*. CV. Pionong Group. Bandung.
- Widiastuti N, Harisudin M. 2013. *Saluran dan margin pemasaran jagung di Kabupaten Grobogan*. *SEPA*. 9(2):231–240.