

ANALISIS PEMASARAN JAGUNG HIBRIDA DI DESA KALAWARA KECAMATAN GUMBASA KABUPATEN SIGI

Marketing Analysis Of Corn Hybrid In Kalawara Village, Gumbasa District, Sigi Regency

Rendi¹⁾, Sulaeman²⁾, Sulmi²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

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

Email: Rendichoii6@gmail.com, Email: Sulaemanjie6979@gmail.com

Email: Sulmiagb@gmail.com

submit: 12 Agustus 2024, Revised: 15 Agustus 2024, Accepted: Agustus 2024

DOI : <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v12i4.2300>

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing channels, marketing margins, share of the price received by farmers (producers) and to determine the marketing efficiency of hybrid corn, in Kalawara Village, Gumbasa District, Sigi Regency. This research was carried out from November to January 2020, precisely in Kalawara Village, Gumbasa District, Sigi Regency. Determination of respondents was carried out using simple random sampling with the assumption that the population is homogeneous (same) in the use of production factors, namely the use of seed varieties (Pioneer and Hg) and using the standard deviation formula, where the number of respondents taken in this study was 32 respondents from 120 hybrid corn farmers. Meanwhile, the determination of the respondents using the Tracing Sampling method is sampling based on farmer information, so that the respondents obtained are 3 traders consisting of 2 collectors, 1 wholesaler so that the total sample is 35 respondents. Based on the results of research on the marketing of hybrid corn in Kalawara Village, Gumbasa District, Sigi Regency, there are two marketing channels, namely Producers Collectors Consumers. Producers Collectors Wholesalers Consumers. The total marketing margin for hybrid corn obtained for the first channel is Rp. 500, and for the second channel it is Rp. 2,000. The share of prices received by farmers in the first channel is 86.87% and the second channel is 61.53%. The first channel has an efficiency value of 14.47% and the second channel 29.23%. Referring to the two marketing channels for hybrid corn, the efficient channel is the first channel.

Keywords: Zea Mays L, Marketing, Marketing Efficiency.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani (produsen) serta untuk mengetahui efisiensi pemasaran jagung hibrida, di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan November sampai dengan Bulan Januari 2020, tepatnya di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi. Penentuan responden dilakukan dengan menggunakan metode acak sederhana (*simple random sampling*) dengan asumsi bahwa populasi bersifat homogen (sama) dalam penggunaan faktor produksi yaitu penggunaan varietas benih (Pioneer dan Hg) dan menggunakan rumus standar deviasi, dimana jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 32 responden dari 120 petani jagung hibrida. Sedangkan penentuan responden pedagang metode penjjakan (*Tracing Sampling*) yaitu pengambilan sampel yang didasarkan atas informasi

petani, sehingga didapat responden sebanyak 3 pedagang yang terdiri dari 2 pedagang pengumpul, 1 pedagang besar sehingga jumlah keseluruhan sampel sebanyak 35 responden. Berdasarkan hasil penelitian pemasaran jagung hibrida di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi terdapat dua saluran pemasaran yaitu Produsen → Pedagang Pengumpul → Konsumen. Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen. Total margin pemasaran jagung hibrida yang diperoleh untuk saluran pertama sebesar Rp 500, dan untuk saluran kedua sebesar Rp 2.000. Bagian harga yang diterima petani pada saluran pertama sebesar 86,87 % dan saluran kedua sebesar 61,53 %. Saluran pertama nilai efisiensinya sebesar 14,47 % dan saluran kedua 29,23 %. Mengacu pada kedua saluran pemasaran jagung hibrida tersebut, saluran yang efisien adalah saluran pertama.

Kata Kunci: Jagung, Pemasaran, Efisiensi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya akan hasil pertanian, kehutanan, perkebunan, dan perikanan. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi sebagian besar masyarakat Indonesia untuk melakukan kegiatan usaha dibidang pertanian. Sebagai negara agraris dengan hasil-hasil pertanian yang beragam, diharapkan dapat menunjang pertumbuhan ekonomi baik pada saat ini maupun dimasa yang akan datang. Pembangunan pertanian dapat diartikan sebagai suatu proses untuk meningkatkan hasil dan mutu produksi bagi kebutuhan konsumen, memperluas lapangan kerja dan kesempatan untuk berusaha serta menunjang pembangunan produksi ekspor dengan jalan menambah modal dan skill (Soekartawi, 2003).

Jagung (*Zea mays L.*) merupakan salah satu tanaman pangan dunia yang terpenting, selain gandum dan padi. Sebagai sumber karbohidrat utama di Amerika Tengah dan Selatan, jagung juga menjadi alternatif sumber pangan di Amerika Serikat. Penduduk beberapa daerah di Indonesia (misalnya di Sulawesi Tengah) juga menggunakan jagung sebagai pangan pokok. Selain sebagai sumber karbohidrat, jagung juga ditanam sebagai pakan ternak. (hijauan maupun tongkolnya), diambil minyaknya (dari bulir), dibuat tepung (dari bulir, dikenal dengan istilah tepung jagung atau maizena), dan bahan baku industri (dari bulir dan tepung tongkolnya) (Budiman, 2013).

Jagung hibrida adalah jenis jagung yang diperoleh dari persilangan antara dua atau lebih dari sifat indukan yang heterozygot dan homogen, dengan kata lain bahwa jagung hibrida diperoleh dari hasil persilangan dua indukan berbeda yang telah mengalami tahapan seleksi serta adaptasi pada suatu lingkungan dan menunjukkan adanya keseragaman fenotipe yang dapat dibedakan dengan varietas lain. Jagung jenis tanaman menyerbuk silang hasil dari persilangan tersebut akan menghasilkan sifat-sifat yang dapat diukur seperti;tinggi

tanaman, bentuk tongkol, tipe biji, warna biji dan lain sebagainya. Prospek agribisnis budidaya jagung hibrida terbilang cukup ternama di Indonesia, hal ini karena jagung hibrida memiliki beberapa keunggulan dibandingkan jenis jagung komposit antara lain; jagung hibrida berasal dari hasil persilangan yang mengalami tahapan seleksi, adaptasi serta pengujian dan juga penelitian panjang sebelum benih tersebut dilepas dipasaran bebas (Yati dan Permadi, 2015).

Prioritas pembangunan daerah diletakan pada bidang ekonomi dengan salah satu titik berat pada sektor pertanian guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, peningkatan produksi dan kualitas komoditi andalan. Hasil pertanian tanaman pangan, hortikultura, peternakan, dan perikanan merupakan komoditi yang sangat potensial untuk di kembangkan karna produk pertanian tersebut sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan gizi masyarakat. Penyediaan pangan tidak hanya untuk memenuhi kuantitasnya saja (swasembada) akan tetapi kualitas serta keragaman pangan itu sendiri sesuai dengan potensi daerah masing-masing (BPS Kota Palu, 2016). Salah satu tanaman pangan yang potensial di kembangkan untuk beberapa daerah di Indonesia adalah jagung, jumlah jagung yang diproduksi oleh masyarakat belum cukup untuk memenuhi permintaan pasar karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang bagaimana cara membudidayakan jagung yang benar dan baik dan tanah atau lahan untuk tanaman jagung telah banyak dialih fungsikan sebagai gedung-gedung dan lain-lain. Peusahaan swasta pun juga belum memproduksi jagung secara optimal.

Sistem pemasaran merupakan bagian yang penting dari mata rantai barang sejak diproduksi sampai ke tangan konsumen, sistem pemasaran juga dapat menentukan efisiensi pemasaran, pemasaran yang menimbulkan biaya yang tinggi akan berdampak pada harga yang harus dibayarkan oleh konsumen. Saluran pemasaran terdapat berbagai variasi dalam

jumlah agen-agen atau panjangnya rantai pemasaran, dari yang sederhana dengan rantai yang pendek sampai ke pemasaran yang melibatkan rantai yang panjang (Angipora, 2015).

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur yang dilalui dalam menyalurkan jagung dari petani ke perantara melalui lembaga-lembaga yang ada hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Semakin panjang saluran pemasaran dalam menyalurkan barang maka semakin tinggi pula harga yang harus dibayarkan oleh konsumen, dalam hal ini dimana terdapat pihak atau lembaga tertentu yang mengambil bagian keuntungan dalam proses penyaluran hasil produksi jagung di Desa Kalawara, untuk meminimalisir terjadinya selisih harga jual yang tinggi, petani harus lebih teliti dalam melihat informasi harga pasar, agar dapat menyesuaikan harga jual dengan pedagang.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting setelah selesainya proses produksi. Kondisi pemasaran di Desa Kalawara dimana produsen (petani) jagung dalam proses pemasaran tidak mendapatkan harga yang layak dari jumlah harga yang dibayarkan oleh konsumen maka kondisi ini akan mempengaruhi pendapatan produsen (petani) jagung. Sehingga bagian harga yang diterima petani (produsen) jagung pada masing-masing saluran pemasaran semakin kecil, kondisi ini sangat merugikan pihak produsen (petani) jagung.

Permasalahan yang ada di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi adalah tingginya perbedaan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Terjadinya selisih harga di tingkat produsen dan konsumen dari produksi jagung yang dipasarkan di Wilayah Desa Kalawara tersebut, harga di tingkat produsen Rp.3.200-Rp.3.500/Kg sedangkan harga ditingkat konsumen Rp.7.000-Rp.8.000/Kg dalam bentuk pipilan utuh, hal tersebut membutuhkan penanganan termasuk didalamnya bagaimana memasarkan produk

sehingga dapat memberikan keuntungan yang diharapkan berdampak pada kesejahteraan petani. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian tentang pemasaran jagung hibrida di Wilayah Desa Kalawara penting untuk dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Mengetahui bentuk saluran pemasaran Jagung Hibrida yang ada di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi
- 2) Mengetahui besar bagian harga yang diterima oleh petani (produsen) Jagung pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi
- 3) Mengetahui besar margin pemasaran Jagung Hibrida pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi.
- 4) Mengetahui efisiensi pemasaran Jagung Hibrida pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa kabupaten Sigi .

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Kalawara merupakan salah satu daerah penghasil jagung di Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober – Desember 2019.

Responden dalam penelitian ini adalah petani jagung dan pedagang jagung. Penentuan responden dilakukan dengan menggunakan metode acak sederhana (*Simple Random Sampling Method*), dengan pertimbangan petani jagung hibrida dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh hasil yang cukup akurat sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini.

Jumlah petani atau responden yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar

32 petani jagung hibrida dari jumlah populasi petani 120 petani jagung hibrida. 32 responden diambil berdasarkan rumus slovin dengan pertimbangan bahwa sebagian besar petani yang ada di Desa Kalawara adalah petani jagung sehingga 32 responden petani jagung tersebut sudah dapat mewakili populasi petani jagung hibrida yang ada di Desa Kalawara.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sugiyono,2007). Sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + \frac{Ne^2}{120}}$$

$$n = \frac{120}{1 + 120 (15\%)^2}$$

$$n = \frac{120}{1 + 120 (0,15)^2}$$

$$n = \frac{120}{1 + 120 \times (0,0225)}$$

$$n = \frac{120}{3,7}$$

$$n = 32$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran ketidak telitian karen akesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau di inginkan sebesar 15 %.

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel (n) yang diambil untuk menganalisis pemasaran jagung di desa Kalawara yaitu sebanyak 32 responden dengan jumlah populasi produsen jagung sebanyak 120 orang, pada taraf kesalahan (e) sebesar 0,15 (15%). Mengenai sampel pedagang jagung digunakan metode penjajakan (*Traicing Sampling*), yaitu pengambilan sampel didasarkan atas informasi produsen (petani) mengenai pedagang pengumpul yang membeli jagung. Diperoleh 2 orang pedagang pengumpul dan 1 orang pedagang besar sehingga jumlah keseluruhan responden sebanyak 35 orang.

Analisis Data. Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini maka model

analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Mengetahui margin pemasaran maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp/kg)

Hp = Harga Penjualan

Hb = Harga Pembelian

Widiastuti, Nur dan Mohd(2013), merumuskan bahwa untuk menghitung margin total pemasaran (MT) dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran Jagung, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MT = M1 + M2 + M3 +...Mn$$

Keterangan:

MT = Margin Total Pemasaran (Rp)

M1 + M2 + M3 +...Mn = Margin Dari Setiap Pemasaran (Rp)

Mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani digunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Sf = Bagian harga yang diterima petani (*Farmer's share*)

Price Retailer = Harga ditingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Price Farm = Harga ditingkat petani (Rp/kg) (Jumiati, dkk, 2013)

Mengetahui efisiensi pemasaran maka dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$EPs = (TB/TNP) \times 100\%$$

Keterangan :

EPs = Efisiensi pemasaran

TB = Total Biaya

TNP = Total Nilai Produksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran. Kegiatan untuk menyalurkan Jagung Hibrida kepada konsumen secara cepat dan tepat dapat menjamin pemasaran Jagung akan berjalan dengan baik. Saluran pemasaran adalah arus pergerakan yang dilakukan oleh lembaga pemasaran untuk menyalurkan jagung dari produsen ke konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran Jagung Hibrida di Desa Kalawara terdapat dua bentuk saluran pemasaran yakni :

1. Produsen/Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen
2. Produsen/Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang besar → Konsumen

Saluran pemasaran pertama 19 orang petani menjual jagung hibrida ke pedagang pengumpul tetapi 3 orang petani jagung hibrida hanya menjual 90% dan 10% dikonsumsi oleh petani untuk dijadikan pakan ternak ayam, sehingga volume penjualan pada saluran pertama sebesar 88.700kg, pedagang pengumpul menjual ke konsumen, dimana pada saluran pertama petani yang menjual produksinya ke pedagang pengumpul tidak memiliki kontrak, petani langsung menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul langsung menjual produksinya yang ada di kabupaten Sigi. pada saluran pertama petani menjual jagung hibrida ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 3.300/Kg. pedagang pengumpul menjual langsung ke konsumen yang ada di Kabupaten Sigi, dengan harga Rp.3800/Kg. saluran kedua petani menjual jagung hibrida ke pedagang pengumpul dengan harga Rp.3.200/Kg. pedagang pengumpul menjual kembali ke pedagang besar dengan harga Rp.3.700/Kg, selanjutnya pedagang besar mengantar keluar kota dengan harga Rp.5.200/Kg.

Panjangnya saluran pemasaran akan mengakibatkan semakin mahalnya harga produk yang diterima konsumen, karena

semakin besarnya biaya yang dikeluarkan. Produk yang dipasarkan harus sampai ke konsumen yang efektif dan efisien, karena konsumen menginginkan produk jagung hibrida dalam keadaan bagus.

Margin Pemasaran Jagung Hibrida di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa kabupaten Sigi. Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui aliran biaya pada setiap lembaga yang terlibat dalam pemasaran. Berikut ini nilai margin yang diperoleh pada saluran 1 sebagai berikut :

Diperoleh nilai margin yang dari hasil pengurangan antara, harga jual petani ke pedagang pengumpul sebesar Rp.3.300/Kg. pada saluran ini pedagang pengumpul melakukan penjualan ke konsumen dengan harga Rp.3.800/Kg, sehingga margin pemasaran yang diterima di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp.500/Kg. total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.250/Kg, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp.250/Kg. kelembagaan yang paling besar mengeluarkan biaya adalah pedagang pengumpul jagung hibrida, besarnya biaya dikeluarkan akibat biaya pemasaran yaitu biaya transportasi, dan biaya tenaga kerja untuk mendistribusikan jagung hibrida sampai ke konsumen.

Margin pemasaran menunjukkan bahwa pada saluran II, harga penjualan petani atau harga pembelian pedagang pengumpul ke konsumen Rp. 3.200/Kg dan harga penjualan pedagang pengumpul ke pedagang besar sebesar Rp. 3.700/Kg, sehingga margin pemasaran yang diterima di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp.500/Kg. total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 320/Kg, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp.180/Kg. selanjutnya, harga pembelian pedagang besar yaitu sebesar Rp. 3.700/Kg dan harga penjualan pedagang besar yaitu Rp. 5.200/Kg, sehingga margin yang diterima di tingkat pedagang besar sebesar Rp.1.500/Kg, biaya pemasaran yang dikeluarkan ditingkat pedagang besar sebesar Rp.900/Kg. hal ini

di sebabkan karena pedagang besar mengeluarkan biaya transportasi, dan biaya tenaga kerja.

Efisiensi Pemasaran Jagung Hibrida di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten sigi. Pemasaran yang efisien apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut. Berikut ini nilai efisiensi pemasaran yang diperoleh pada tiap-tiap saluran pemasaran dengan menggunakan rumus yang ada sebagai berikut :

Saluran pertama :

Total biaya pemasaran =Rp 48.785.000

Total Nilai penjualan =Rp337.060.000

$$E_{ps} = (TB/TNP) \times 100\% \\ = (48.785.000/337.060.000) \times 100\% \\ = 14,47 \%$$

Saluran kedua :

Total biaya pemasaran =Rp90.288.000

Total Nilai penjualan =Rp308.880.000

$$E_{ps} = (TB/TNP) \times 100\% \\ = (90.288.000/308.880.000) \times 100\% \\ = 23,29 \%$$

Hasil tersebut yang mengacu pada efisiensi pemasaran pada saluran kedua yang ditunjukkan oleh besarnya total nilai penjualan pada proses pemasaran komoditi jagung hibrida dengan nilai efisiensi pada saluran pertama yaitu sebesar 14,47%, sedangkan pada saluran kedua nilai efisiensi lebih besar yaitu 29,23%, dengan demikian untuk memperoleh hasil yang lebih efisien sebaiknya petani jagung hibrida yang ada di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi memasarkan hasil produknya melalui saluran yang pertama (I).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian yang ada di Desa Kalawara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ada dua bentuk saluran pemasaran komoditi jagung Hibrida yang terdapat di Desa Kalawara yaitu :
Saluran I, Petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul langsung menjual jagung hibrida ke konsumen. Saluran II, Petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual jagung hibrida ke pedagang besar, kemudian meneruskan ke konsumen yang ada di luar kota (Surabaya).
2. Total margin pemasaran jagung hibrida yang diperoleh untuk saluran pertama yaitu Rp 500/Kg dan total margin pemasaran saluran kedua yaitu Rp 2.000/Kg. Total margin pada saluran pertama lebih kecil dibandingkan pada saluran kedua.
3. Besarnya bagian harga yang di terima oleh petani (produsen) pada saluran pemasaran jagung hibrida yang pertama yaitu sebesar 86,84 % sedangkan bagian harga yang di terima oleh petani (produsen) pada saluran pemasaran jagung hibrida yang kedua sebesar 61,57 %.
4. Nilai efisiensi pemasaran saluran pertama sebesar 61,53 % dan untuk saluran kedua sebesar 85,67 %, dari kedua nilai efisiensi pada saluran I dan II yang paling efisien adalah saluran I.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disarankan adanya kontrak yang lebih adil dalam artian tidak merugikan kedua belah pihak karena harga yang diterima petani dalam menjalankan usahatannya agar petani dapat meningkatkan pendapatannya dan memiliki keberlanjutan yang pada akhirnya dapat meningkatkan posisi tawar petani. Diharapkan kepada pemerintah untuk memberikan bantuan baik berupa modal maupun pengetahuan dan memfasilitasi pembentukan kelompok tani untuk

mengefektifkan pengendalian harga dasar jagung hibrida. Tentang budidaya jagung hibrida dan proses pemasaran yang baik kepada petani agar mampu meningkatkan kualitas yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Angipora, M, 2015. *Dasar-dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Budiman, 2013. *Budidaya Jagung Organik Varietas Baru Yang Kian di Buru*. Pustaka Baru Putra. Yogyakarta.
- BPS Provinsi Sulawesi Tengah, Luas Panen Produksi Dan Produktivitas Tanaman Jagung Di Kabupaten Sigi 2018.
- BP3K 2018, *Badan Penyuluhan Pertanian Perikanan Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi*.
- Dillon, M., 2008. *Manajemen Distribusi Produk-produk Agroindustri*, Percetakan TI-TS, Jakarta.
- Dahlan, Salman, Arman Wahab, 2013. *Analisis Pemasaran Jagung Pulut di Desa Pakatto Kecamatan Bontomarannu Kabupaten Gowa*. Jurnal Agrosistem. 9(1) : 1-10. Edisi jurnal 2013.
- Effendi. 2007. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Kencana Prenada Group. Jakarta.
- Firdaus, M 2007. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Ginting, Paham. 2006. *Pemasaran Produk Pertanian*. USU Press. Medan Kotler,
- Henny Rosmawati. 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. Agronobis 3(5) : 8-13. Edisi jurnal. 2011.
- Kohls dan Uhl, 2002. *Efisiensi Pemasaran Produk Pertanian Dalam Fungsi Time Utility*.
- Lihawa Rahma, 2017. *Analisis Pemasaran Jagung di Kecamatan Ulubongka Kabupaten Tojo Una-una*. E-Jurnal Mitra Sains. 5(4):93-104. 2017.
- Sabang Jahira, (2011). *Sistem Pemasaran Tomat (Lycopersicum Esculentum L. Mill). Di Desa Bangun Rejo Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara*. Jurnal Agribisnis. 8(2):41-47. Edisi Maret 2011. Universitas Mulawarman. Samarinda
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Hasil-hasil Pertanian*. PT. Raja grafindo persada, Jakarta.
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Ekonom Pertanian Teori Dan Aplikasinya*. PT Raja grafindo persada, Jakarta.
- Soekartawi, 2005. *Agribisnis (Teori dan Aplikasinya)*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Wulandari, 2010. *Penentuan Agribisnis Unggulan Komoditi Pertanian, Berdasarkan Nilai Produksi Di Kabupaten Grobogan*, Tesis. Program Studi Agribisnis. Universitas di Ponegoro. Semarang.
- Hartati Yati dan Karsidi Permadi, 2015. *Implementasi pengelolaan tanaman terpadu pada jagung hibrida*. E-Jurnal Agrotrop. 5(10):101-109. Edisi jurnal 2015.
- Jumiati, dan Masyuhri 2013. *Analisis saluran pemasaran dan margin pemasaran kelapa dalam daerah perbatasan kalimantan timur*. E-Jurnal Agifor. 12(1):3-5. Edisi jurnal 2013.
- Widiastuti, Nur dan Mohd. Harisudi. 2013 *Saluran Margin Pemasaran jagung di Kabupaten Grobogan*. Jurnal Pertanian. 9(2) : 231-240. 2013.