

## **ANALISIS PEMASARAN JAGUNG HIBRIDA DI DESA RAHMAT KECAMATAN PALOLO KABUPATEN SIGI**

### **Marketing analisis of hybrid corn in Rahmat Village of Palolo Sub-district Sigi District**

**Nurfayzah<sup>1)</sup> Siti Yuliaty Chansa Arfah<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako.

<sup>2)</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako.

e-mail: [nurfayzah35@gmail.com](mailto:nurfayzah35@gmail.com), [ulliechansa@gmail.com](mailto:ulliechansa@gmail.com).

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang diterima produsen serta efisiensi pemasaran jagung hibrida. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Rahmat Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi, cara menentukan responden menggunakan metode sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling Method*) dengan jumlah sampel 33 responden dari 135 petani. Selain itu untuk menentukan responden pedagang digunakan metode penjajakan (*Tracing Sampling*) sebanyak 3 orang pedagang, sehingga jumlah sampel keseluruhan 36 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Hasil analisis pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Rahmat terdapat dua saluran pemasaran yaitu: saluran pertama Produsen → Pedagang Pengumpul → Konsumen, pada saluran kedua Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen. Hasil analisis pemasaran jagung hibrida pada saluran I yaitu  $M_T = \text{Rp}411$  sedangkan saluran kedua yaitu  $M_T = \text{Rp}1.453$ . Bagian harga yang diterima petani pada saluran I yaitu sebesar 93,68%, sedangkan pada saluran kedua yaitu sebesar 80,88%. Efisiensi pemasaran pada saluran pertama diperoleh hasil sebesar 3,21% dan saluran kedua diperoleh hasil sebesar 11,74%, sehingga dari kedua saluran tersebut, saluran yang paling efisien yaitu saluran pertama dengan nilai efisiensi sebesar 11,74%.

**Kata Kunci :** Harga, Margin, Efisiensi

#### **ABSTRACT**

This study aims to determine the form of marketing channel, marketing margin, share of price received by producers and marketing efficiency of hybrid corn. This research was conducted in Rahmat Village, Palolo Sub-district, Sigi Regency, how to determine respondents using simple random sampling method with a sample size of 33 respondents from 135 farmers. In addition, to determine the respondent traders used the tracing sampling method as many as 3 traders, so that the total sample size was 36 respondents. The data analysis method used in this research is descriptive analysis method. The results of the marketing analysis show that the marketing channel of hybrid corn in Rahmat Village there are two marketing channels namely: the first channel Producers → Collecting Traders → Consumers, in the second channel Producers → Collecting Traders → Wholesalers → Consumers. The result of the analysis of hybrid corn marketing in the first channel is  $M_T = \text{IDR } 411$  while the second channel is  $M_T = \text{IDR } 1,453$ . The price share received by farmers in the first channel is 93.68%, while in the second channel it is 80.88%. Marketing efficiency in the first channel obtained a result of 3.21% and the second channel obtained a result of 11.74%, so of the two channels, the most efficient channel is the first channel with an efficiency value of 11.74%.

**Keywords :** Price, Margin, Efficiency

## PENDAHULUAN

Kebutuhan jagung di Indonesia cukup besar yaitu lebih dari 10 juta ton pipilan kering pertahun. Pangan dan industri pakan ternak merupakan pengkonsumsi jagung terbesar, pada sisi pasar potensi pemasaran jagung terus mengalami peningkatan. Dilihat dari semakin meningkatnya perkembangan peternakan yang pada akhirnya meningkatkan permintaan jagung sebagai bahan campuran pakan ternak (Rahmiyani dan Damayanti, 2021).

Jagung merupakan salah satu tanaman pangan penghasil karbohidrat terpenting di Indonesia selain gandum dan beras, jagung juga mengandung protein, vitamin B dan mineral. Jenis jagung yang dikembangkan di Indonesia adalah jagung hibrida, jagung komposit dan jagung transgenik.

Jagung hibrida merupakan jenis jagung yang diperoleh dari hasil persilangan dan indukan berbeda yang telah mengalami tahapan seleksi pada suatu lingkungan dan adanya keseragaman fenotipe yang dapat dibedakan dengan variates lain. 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 serta pengujian dan juga penelitian panjang sebelum benih tersebut dilepas dipasaran bebas (Rahmiyani dan Damayanti, 2021).

Sulawesi Tengah adalah salah satu wilayah penghasil jagung di Indonesia, tanaman jagung di daerah ini dipanen dalam bentuk jagung kering yang kemudian digiling, jagung digiling dalam bentuk pipihan kering sebagai salah satu penghasilan petani atau pendapatan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Sulawesi Tengah beberapa tahun 2018-2022 mengalami berfluktuasi, dimana produksi jagung tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebanyak 564.404 ton dengan luas panen 129.764 ha. Sedangkan produksi terendah terjadi pada tahun 2018 sebanyak 386.606 ton dengan luas panen

sebesar 93.551 ha (Dinas Tanaman Pangan & Hortikultura Sulawesi Tengah 2023).

Fluktuasi produksi ini disebabkan karena adanya perubahan peningkatan dan penurunan luas panen tiap tahun, faktor cuaca dan iklim yang tidak menentu, permasalahan gangguan hama dan penyakit di wilayah Sulawesi Tengah yang menyerang tanaman jagung.

Kabupaten Sigi merupakan salah satu Kabupaten di Sulawesi Tengah dimana memiliki sumber daya alam yang sangat potensial untuk pengembangan tanaman pangan dan hortikultura. Kabupaten Sigi juga merupakan daerah pengembangan produksi jagung dan salah satu penghasil jagung terbesar di Provinsi Sulawesi Tengah. Kabupaten Sigi salah satu daerah penghasil jagung cukup tinggi dari 13 Kabupaten diantara semua kabupaten di Sulawesi Tengah, Kabupaten Sigi menempati urutan ke 3, luas panen jagung di Kabupaten Sigi sebesar 14.314 ha, produksi sebesar 65.567 ton (Dinas Tanaman Pangan & Hortikultura Sulawesi Tengah 2023).

Desa Rahmat merupakan salah satu Desa dengan produktivitas tertinggi dari 22 Desa di Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi dilihat dengan luas panen sebesar 61,5 ha, produksi sebesar 276,8 ton, dan produktivitas sebesar 4,5 ton/ha.

Permasalahan yang timbul dalam proses pemasaran jagung hibrida di Desa Rahmat adalah jarak tempuh petani yang cukup jauh ke konsumen yang ada di Ibu Kota menjadikan biaya dalam pemasaran jagung cukup tinggi khususnya biaya transportasi atau pengangkutan sebesar Rp500.000, dengan harga penjualan jagung hibrida di tingkat petani Rp6.000-6.300, harga penjualan jagung hibrida ditingkat pedagang pengumpul Rp6.500-6.600 dan harga penjualan jagung hibrida ditingkat pedagang besar Rp7.600. Hal tersebut membuat para petani jagung kebanyakan lebih memilih untuk menjual produksi jagung ke pedagang pengumpul dibandingkan menjual langsung keluar

kecamatan atau keluar kabupaten.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani dan efisiensi pemasaran jagung hibrida di Desa Rahmat Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi.

### METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Rahmat Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi. Waktu penelitian dilaksanakan pada Bulan Februari sampai April 2024. Responden dalam penelitian ini adalah petani jagung hibrida di Desa Rahmat. penentuan responden dalam penelitian ini dipilih dengan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling method*), sehingga diperoleh 33 orang responden dari 135 orang populasi dengan mengambil 15% bagian dari populasi tersebut untuk mewakili responden petani jagung hibrida yang ada di Desa Rahmat.

(Abdullah M., 2015) menyatakan apabila jumlah subyek yang dijadikan populasi kurang dari 100 orang, sebaiknya diambil semua, tetapi jika jumlah subyek yang dijadikan populasi lebih besar dari 100 orang, maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Mengenai sampel pedagang jagung digunakan metode penjjajakan (*Traicing Sampling*), yaitu pengambilan sampel didasarkan atas informasi yang diperoleh dari petani mengenai pedagang yang membeli jagung, didapatkan 3 responden pedagang sehingga total responden dalam penelitian ini berjumlah 36 responden.

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran jagung hibrida yang ada di Desa Rahmat Kecamatan Palolo menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah suatu cara untuk menggambarkan suatu keadaan secara umum, teknik yang ditetapkan menggunakan metode *Survei* yaitu sampel atau responden diambil dari satu populasi dengan menggunakan survei kuesioner sebagai alat pengumpulan data untuk mengetahui alur pasar jagung hibrida di wilayah penelitian. Metode ini digunakan dengan mengumpulkan data yang kemudian dijelaskan dan dianalisis (Sugiyono, 2021).

(Alisa, *dkk*, 2021) untuk mengetahui margin pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M = Hp - H$$

Keterangan :

F<sub>s</sub> : persentase yang diterima produsen dari harga konsumen akhir

P<sub>f</sub> : harga di tingkat produsen

P<sub>r</sub> : harga di tingkat konsumen akhir.

(Sobirin, 2009) dalam (Suswadi, *dkk*, 2021), untuk mengetahui jumlah margin total pemasaran yang diperoleh pada masing-masing saluran pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$MT = M1 + M2 + M3 + \dots + M_n$$

Keterangan :

MT = Margin Total Pemasaran

M1 = Margin lembaga pemasaran 1

M2 = Margin lembaga pemasaran 2

M3 = Margin lembaga pemasaran 3

M<sub>n</sub> = Margin pemasaran lainnya

(Nurlaila, 2023) untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Spf = bagian harga di tingkat petani (%)

P<sub>f</sub> = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

P<sub>r</sub> = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Untuk mengetahui efisiensi menggunakan rumus efisiensi pemasaran menurut (Soekartawi, 2003) dalam (Zal, *dkk*, 2023) sebagai berikut :

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100 \%$$

Keterangan :

E<sub>p</sub> = Efisiensi Pemasaran (%)

TC = Total biaya pemasaran (Rp/kg)

TNP = Total nilai produk (Rp/kg)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Rahmat, terdapat dua bentuk saluran pemasaran jagung hibrida yaitu sebagai berikut :

1. Produsen → Pedagang Pengumpul → Konsumen
2. Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen

Pada saluran pertama, petani menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul dengan cara pedagang pengumpul yang mendatangi langsung ke tempat petani, dengan harga yang diterima petani dari pedagang pengumpul yaitu Rp6.089/Kg, kemudian pedagang pengumpul menjual kembali ke konsumen akhir (peternak ayam) di Kota Palu dengan harga Rp6.500/Kg.

Pada saluran kedua, petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul yang mendatangi langsung ke tempat petani, dengan harga yang diterima petani dari pedagang pengumpul yaitu Rp6.147/Kg, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar di kota palu dengan harga Rp6.600, dan pedagang besar menjual ke konsumen akhir (peternak ayam) di Surabaya dengan harga Rp.7.600/kg.

### Margin Pemasaran Jagung Hibrida di Desa Rahmat Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi.

Margin pemasaran merupakan selisih harga ditingkat produsen dengan harga ditingkat konsumen, margin pemasaran berperan menentukan besar kecilnya pendapatan produsen. Perhitungan margin pemasaran digunakan untuk mengetahui aliran biaya pada setiap lembaga yang terlibat dalam pemasaran Berikut ini nilai margin yang diperoleh pada saluran I dan saluran II sebagai berikut.

Margin pemasaran pada saluran I, menunjukkan harga penjualan petani atau harga pembelian pedagang pengumpul Rp6.089/kg dikurangi dengan harga jual ke konsumen sebesar Rp6.500/kg, sehingga margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp411/kg.

Margin pemasaran saluran II yaitu :

1. Pedagang Pengumpul  
Diperoleh nilai margin sebesar Rp. 453/kg dari hasil pengurangan antara harga jual ditingkat produsen yaitu sebesar Rp 6.147/kg dikurangi dengan harga jual dari pedagang pengumpul ke pedagang besar yaitu sebesar Rp6.600/kg.
2. Pedagang Besar  
Diperoleh nilai margin sebesar Rp.1.000/kg dari hasil pengurangan antara harga jual pedagang pengumpul Rp6.600/kg dikurangi dengan harga jual pedagang besar ke konsumen Rp7.600/kg. Sehingga jumlah total margin keseluruhan yang diperoleh dari pedagang pengumpul/ pedagang besar sebesar Rp1.453/kg.

### Bagian Harga yang diterima Petani Jagung Hibrida di Desa Rahmat Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi.

Bagian harga yang diterima oleh petani pada tiap-tiap saluran pemasaran dari hasil perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut :

Saluran I:

$$\begin{aligned} \text{Spf} &= \text{Pf} / \text{Pr} \times 100\% \\ &= 6.089 / 6.500 \times 100\% \\ &= 93,68\% \end{aligned}$$

Saluran II:

$$\begin{aligned} \text{Spf} &= \text{Pf} / \text{Pr} \times 100\% \\ &= 6.147 / 7.600 \times 100\% \\ &= 80,88\% \end{aligned}$$

Pada saluran pertama bagian harga yang diterima petani sebesar 93,68% dan saluran kedua sebesar 80,88% menurut (Nurlaila, (2023) menyatakan bahwa apabila nilai *farmer's share*  $\geq 40\%$  dikategorikan efisien, sehingga kedua saluran pemasaran tersebut termasuk dalam kategori efisien. Dari kedua saluran tersebut yang lebih besar bagian harga yang diterima petani yaitu saluran pertama. Perbedaan harga yang cukup besar antara produsen dan konsumen akan berpengaruh terhadap rendahnya bagian harga yang diterima produsen begitupun sebaliknya, perbedaan harga yang kecil antara produsen dan

konsumen akan berpengaruh terhadap tingginya bagian harga yang diterima produsen.

### **Efisiensi Pemasaran Jagung Hibrida di Desa Rahmat Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi.**

Efisiensi pemasaran merupakan salah satu aspek pemasaran dalam meningkatkan pergerakan barang dari produsen ke konsumen. (Herman dan Asih., 2021), menyatakan bahwa efisiensi pemasaran ditentukan oleh saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, total biaya pemasaran, total nilai produk kelembagaan pemasaran dan keuntungan.

Berikut ini nilai efisiensi pemasaran yang diperoleh pada tiap-tiap saluran pemasaran dengan menggunakan rumus yang ada sebagai berikut :

Saluran I :

Total Biaya Pemasaran = Rp14.203.330

Total Nilai Penjualan = Rp374.530.000

**$E_p = (TB/TNP) \times 100\%$**

=  $14.203.330/374.530.000 \times 100\%$

= 3,21 %

Saluran II:

Total Biaya Pemasaran =Rp39.599.040

Total Nilai Penjualan = Rp329.992.000

**$E_p = (TB/TNP) \times 100\%$**

=  $39.599.040/329.992.000 \times 100\%$

= 11,74%

Nilai efisiensi pada saluran pertama yaitu sebesar 3,21%, sedangkan pada saluran kedua nilai efisiensi lebih besar yaitu 11,74 %, menurut (Soekartawi, 2003) dalam (Zal, *dkk*, 2023) menyatakan apabila saluran pemasaran < 50 % maka saluran pemasaran dikategorikan efisien, sehingga kedua saluran pemasaran tersebut termasuk dalam kategori efisien. Dari kedua saluran tersebut yang lebih efisien yaitu saluran pertama. Hal ini dikarenakan pada saluran pertama memiliki pemasaran yang pendek, total margin yang kecil, dan bagian harga yang diterima petani lebih tinggi sehingga saluran pertama lebih efisien dibandingkan saluran kedua. Pemasaran dikatakan efisien apabila nilai produk yang dipasarkan lebih besar dibandingkan biaya

pemasaran, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut.

Sehingga untuk memperoleh hasil yang lebih efisien sebaiknya produsen jagung hibrida yang ada di Desa Rahmat Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi memasarkan hasil produksinya melalui saluran yang pertama.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada dua bentuk saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Wombo Induk yaitu :
  - Produsen→Pedagang Pengumpul →Konsumen
  - Produsen→Pedagang Pengumpul→Pedagang Besar →Konsumen
2. Total margin pemasaran jagung hibrida yang diperoleh pada saluran pertama yaitu Rp. 411/kg dan margin pemasaran saluran kedua yaitu Rp. 1.453/kg. Margin pada saluran pertama lebih kecil dibandingkan pada saluran kedua.
3. Besarnya bagian harga yang diperoleh produsen pada saluran pertama yaitu sebesar 93,68% dan bagian harga yang diperoleh produsen pada saluran kedua yaitu sebesar 80,88%.
4. Nilai efisiensi pemasaran jagung hibrida pada saluran pertama sebesar 3,21% dan untuk saluran kedua sebesar 11,74%, dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien adalah saluran pemasaran pertama karena total biaya pemasaran yang dikeluarkan lebih kecil dan bagian harga yang diterima petani lebih besar maka dari itu nilai efisiensi pemasaran pada saluran pertama yang lebih kecil nilainya.

## Saran

Berdasarkan dari kesimpulan hasil penelitian tersebut maka penulis menyarankan bahwa Produsen atau petani jagung hibrida menyalurkan hasil produksinya dengan menggunakan saluran pertama, karena pada saluran pertama lebih efisien dibandingkan dengan saluran II.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alisa, Kassa, S., & Kalaba, Y. 2021. *Analisis Pemasaran Kakao Di Desa Sibolang Kecamatan Sojol Kabupaten Donggala. Agrotekbis*, 9(1), 1–6.
- Dinas Tanaman Pangan & Hortikultura Sulawesi Tengah, 2023.
- Herman, M., & Dewi, N. A. 2021. *Analisis Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Rarampadende Kecamatan Dolo Barat Kabupaten Sigi. J. Agrotekbis*, 9(1). 227–232.
- Nurlaila, I. D., Syafril & Deny, M. 2023. *Analisis Efisiensi Pemasaran Belimbing Manis (Averrhoa Carambola l.) Di Desa Bono, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(1). 55-67.
- Rahmiyani & Lien, D. 2021. Analisis Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Kaleke Kecamatan Dolo Barat Kabupaten Sigi. *J. Agrotekbis*, 9(3).769-777.