



## ANALISIS PEMASARAN JAGUNG MANIS (*Zea Mays saccharata Sturt*) DI DESA SUKARAMAH KECAMATAN PANYIPATAN KABUPATEN TANAH LAUT

### Marketing Analysis of Sweet Corn (*Zea Mays saccharata Sturt*) in Sukaramah Village Panyipatan District Tanah Laut Regency

Danang Rizam Nuari \*, Yudi Ferrianta dan Nurmelati Septiana

\*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat  
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

#### ABSTRAK

##### Kata Kunci

Analisis Pemasaran; Jagung  
Manis; *Zea Mays saccharata*  
*Sturt*.

##### Korespondensi

Corresponding author

E-mail :

[ghanangrizzam@gmail.com](mailto:ghanangrizzam@gmail.com)

Diterima:

Disetujui:

Diterbitkan on-line :

Penelitian bertujuan mengetahui saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin total, *margin share*, *Farmer's share* dan efisiensi pemasaran serta permasalahan yang dihadapi oleh petani di Desa Sukaramah dalam pemasaran jagung manis. Pengambilan sampel dilakukan secara *proportional random sampling*. Saluran pemasaran yang ada di Desa Sukaramah Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut memiliki 4 saluran pemasaran. Untuk biaya pemasaran tertinggi terdapat pada saluran IV yaitu Rp 271,44/tongkol tujuan Pasar Tradisional Gembira dan biaya terkecil yaitu Rp 44,50/tongkol pada saluran I. Margin total terbesar terdapat pada saluran III dan IV, yaitu masing-masing mempunyai margin total sebesar Rp 750/tongkolnya. *Margin share* tertinggi pada saluran I sebesar 100%, sedangkan terendah pada saluran III dan IV sebesar 66,67%. Saluran I indeks efisiensi ekonomis paling baik dibandingkan saluran yang lainnya, karena mempunyai nilai indeks yang paling kecil diantara saluran pemasaran yang lainnya. Sedangkan, tujuan pemasaran Pasar Tradisional Gembira Pelaihari paling efisien dari segi efisiensi teknis, khususnya saluran III. Permasalahan yang dihadapi petani yaitu akses jalan yang susah dilewati saat musim hujan dan harga yang tidak sesuai dengan modal karena tingginya harga pupuk dan lainnya, karena adanya kelangkaan. Kemudian untuk pedagang yaitu harus mempunyai modal yang cukup agar dapat bisa membeli atau mengambil hasil jagung manis dari petani karena kalau tidak atau modal yang kurang resikonya tidak mendapatkan barang atau volumenya hanya sedikit.

#### PENDAHULUAN

Perekonomian nasional Indonesia masih sangat bergantung pada sektor pertanian. Perkembangan lapangan kerja yang menjadi

sumber pendapatan negara dan devisa menunjukkan hal tersebut. Pertumbuhan pertanian difokuskan pada peningkatan produktivitas, penyediaan kebutuhan pangan, dan berperan sebagai eksportir (Sutawi, 2002).

Pemasaran mencakup semua upaya yang dirancang untuk menciptakan permintaan yang efektif dengan memfasilitasi pergerakan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan cara yang seefektif mungkin. Dengan menggunakan perantara pemasaran, terjadi aliran komoditas dari produsen ke konsumen (Ida, 2003).

Siklus hidup tanaman jagung berlangsung antara 60 hingga 150 hari. Tanaman jagung manis biasanya tingginya berkisar antara 1 hingga 3 meter, jenis tertentu dapat tumbuh setinggi 6 meter. Biasanya tinggi tanaman dihitung dari pucuk buku sebelum jantan mekar (Kanisius, 2001).

Permasalahan yang dihadapi petani Desa Sukaramah yaitu mengenai akses jalan yang susah untuk dilewati serta harga yang terkadang tidak sesuai dengan modal yang dikeluarkan petani oleh karna itu penting penelitian ini sebagai acuan petani dalam memilih saluran pemasaran.

### Tujuan dan Kegunaan

Penelitian bertujuan mengetahui saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin total, *margin share*, *Farmer's share* dan efisiensi pemasaran serta permasalahan bagi petani di Desa Sukaramah dalam pemasaran jagung manis.

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi petani jagung manis, agar mendapat sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya mengenai pemasaran. Bagi pemerintah dan instansi terkait agar selain dari produktivitas, pemasaran jagung juga dapat lebih berkembang

### METODE

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sukaramah Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut. Penelitian ini dimulai dari bulan September 2022 sampai dengan Desember 2022 yang merupakan periode pemanenan jagung manis yang akan diteliti.

#### Metode Pengambilan Contoh

Pengambilan sampel dilakukan secara *Proportional Random Sampling* dengan rumus :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n \quad (1)$$

Dimana :

$n_i$  : jumlah responden

$N_i$  : jumlah populasi/kelompok

$n$  : jumlah sampel

$N$  : jumlah populasi

#### Analisis data

Margin pemasaran itu antara biaya dibayarkan oleh konsumen dan biaya ditetapkan oleh produsen. Rumus di bawah ini digunakan untuk menentukan besarnya margin pemasaran :

$$M = P_{pc} - P_{pr} \quad (2)$$

Keterangan :

$M$  = Margin pemasaran (Rp/tongkol)

$P_{pc}$  = Harga jagung ditingkat pedagang pengecer (Rp/tongkol)

$P_{pr}$  = Harga jagung ditingkat produsen (Rp/tongkol)

Untuk persentase margin, digunakan rumus (Hanafiah dan Saefudin, 2011):

$$MP = M/HE \times 100\% \quad (3)$$

Keterangan :

$MP$  = Persentase Margin

$HE$  = Harga Eceran

$M$  = Margin Pemasaran

Rumus yang digunakan untuk menghitung keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran adalah sebagai berikut (Adiwilaga (2010) dalam Harfuddin et al, (2011)):

$$K = M - C \quad (4)$$

Keterangan :

$K$  =Keuntungan pemasaran jagung (Rp/tongkol)

$M$  = Margin pemasaran jagung (Rp/tongkol)

$C$  = Biaya pemasaran jagung (Rp/tongkol)

Dengan menganalisis *share* harga, kita dapat membedakan margin keuntungannya. Rumus tersebut digunakan dalam menghitung *share* harga untuk setiap lembaga pemasaran. (Anindita, 2017) :

$$FS = \frac{P_p}{P_c} \times 100\% \quad (5)$$

Keterangan :

$FS$  =*Farmer's share* (100%)

$P_p$  =Harga yang diterima produsen

(Rp/tongkol)  
 $P_c$  = Harga yang dibayarkan oleh konsumen (Rp/tongkol)

Selanjutnya menghitung efisiensi masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat dengan dua metode yaitu, sebagai berikut (Soekartawi, 2011):

a. Efisiensi Ekonomi

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100\% \quad (6)$$

Keterangan :

EP = Efisiensi pemasaran

TBP = Total Biaya Pemasaran (Rp/tongkol)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/tongkol)

b. Efisiensi Teknis

$$Ept = \frac{c}{j} \quad (7)$$

Keterangan :

Ept = Indeks efisiensi teknis pemasaran jagung (Rp/tongkol/Km)

C = Biaya pemasaran jagung (Rp/tongkol)

J = Jarak petani ke konsumen (Km)

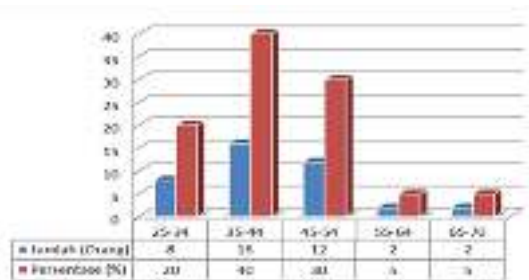
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Petani Responden

Petani responden yang dipilih berjumlah 40 orang, memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda-beda, mulai dari usia, pengalaman, tingkat pendidikan dan luas lahan yang dimiliki.

#### Karakteristik Petani Berdasarkan Umur

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa umur responden berkisar antara 25-70 tahun. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa petani jagung di Desa Sukaramah dapat dikategorikan ke dalam usia produktif. Berikut secara rinci data mengenai umur petani responden yang disajikan Gambar 1.



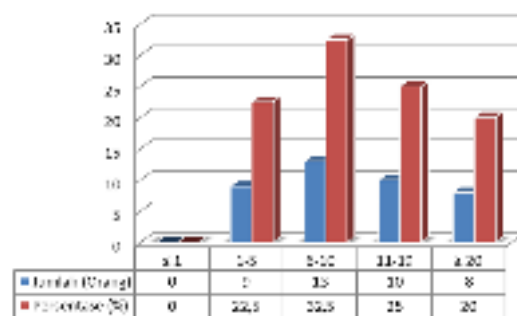
Gambar 1. Diagram karakteristik petani berdasarkan umur

Sumber pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan gambar 1 di atas, dapat diketahui rata-rata umur yang paling banyak ialah berkisar antara 35-44 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 40%. Hal ini dikarenakan bertani jagung manis pada umumnya merupakan usaha utama bagi para petani. Selain itu, usaha ini juga memerlukan biaya yang lumayan besar untuk membeli keperluan bibit, pupuk, dan obat-obatan.

### Karakteristik Petani Berdasarkan Pengalaman

Petani yang memiliki pengalaman yang luas di bidang pertanian yaitu jagung manis karena dianggap sebagai usaha menguntungkan, sebagian besar petani telah memulai usaha bertani jagung sudah bertahun-tahun. Secara rinci pengalaman para petani disajikan Gambar 2.



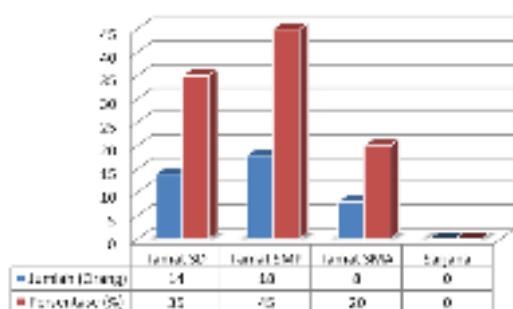
Gambar 2. Diagram karakteristik petani berdasarkan pengalaman

Sumber pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan gambar 2 di atas, petani memiliki pengalaman  $\leq 1$  tahun hingga  $\geq 20$  tahun dalam menjalankan usaha bertani jagung manis. Hal ini menggambarkan usaha cukup menguntungkan karena para petani terus menjalankan usahanya selama bertahun-tahun. Untuk pengalaman petani yang paling banyak terdapat pada kategori 6-10 tahun yang berjumlah sebanyak 13 petani dengan persentase 32,5 %.

### Karakteristik Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa para petani di Desa Sukaramah pada umumnya memiliki mata pencaharian dalam sektor pertanian dan pedang. Usaha ini dilakukan oleh sebagian besar warga, oleh karena itu, masyarakat cenderung meneruskan usaha dibidang pertanian yaitu budidaya tanaman jagung manis. Berikut tingkat pendidikan petani jagung disajikan Gambar 3.

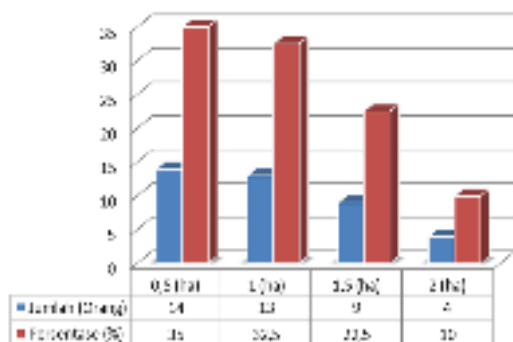


Gambar 3. Diagram karakteristik petani berdasarkan pendidikan  
Sumber pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan hasil penelitian seperti pada Gambar 3, diketahui tingkat pendidikan petani cukup relatif rendah, dimana SMP serta SD lebih banyak. Namun hal ini tidak menghalangi para petani untuk menjalankan usaha bahkan mengembangkan usahanya yaitu usaha jagung manis.

#### Karakteristik Petani Berdasarkan Skala Usaha

Petani jagung manis Desa Sukaramah memiliki luas lahan yang berbeda-beda. Berikut luas lahan yang dimiliki petani responden disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram karakteristik petani berdasarkan luas lahan  
Sumber pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan penelitian seperti pada Gambar 4, diketahui luas lahan usahatani jagung manis petani responden yaitu antara 0,5 – 2,0 ha. Luas lahan usahatani jagung manis petani responden yang mayoritas memiliki luasan lahan paling banyak yaitu pada luasan 0,5 ha sebesar 14 orang atau 35% dan pada luasan 1 ha dengan jumlah 13 orang atau 32,5%, sedangkan luasan lahan usahatani yang paling sedikit berada pada luasan lahan 2,0 ha yaitu 4 orang atau 10%.

#### Saluran Pemasaran Jagung Manis di Desa Sukaramah Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut

Terdapat empat saluran pemasaran jagung manis di Desa Sukaramah Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut. Saluran pemasaran tersebut dapat dilihat pada Gambar 5 :

##### Saluran Pemasaran I

Petani → Konsumen

##### Saluran Pemasaran II

Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen

##### Saluran Pemasaran III

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

##### Saluran Pemasaran IV

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen

Gambar 5. Diagram saluran pemasaran jagung manis

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

#### Biaya, Margin Pemasaran, *Margin share*, *Farmer's share*

##### Saluran I

Pemasaran jagung manis pada saluran ini dilakukan langsung oleh petani yang juga sebagai lembaga pemasaran, dimana petani berperan sebagai produsen serta menjual jagung manisnya secara langsung kepada konsumen. Untuk lebih jelasnya disajikan Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata biaya, keuntungan, margin total, *farmer's share* dan *margin share* pemasaran jagung pada saluran I

| Komponen                       | Nilai (Rp/<br>Tongkol) | Volume<br>Rata-<br>Rata<br>(Tongkol) | Share (%) |
|--------------------------------|------------------------|--------------------------------------|-----------|
| <b>Petani sebagai pengecer</b> |                        |                                      |           |
| Harga ditingkat petani         | 2.080,00               |                                      |           |
| Biaya pemasaran :              |                        |                                      |           |
| -Karung                        | 44,50                  |                                      |           |
| Total biaya pemasaran          | 44,50                  |                                      |           |
| Harga Jual                     | 2.080,00               | 71,00                                | 100,00    |
| Margin total                   | 600,00                 |                                      | 28,85     |
| Keuntungan pemasaran           | 555,50                 |                                      | 26,71     |

Sumber : Pengolahan Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, ditemukannya total biaya pemasaran pada saluran I adalah sebesar Rp 44,50/tongkol jagung manis, dimana masing-masing biaya tersebut terdiri dari biaya karung sebesar Rp 44,50/tongkol jagung manis. Ditemukan rata-rata margin pemasarannya atau margin total sebesar Rp 600,00/tongkol jagung manis dan juga ditemukan keuntungan petani yang di peroleh sebesar Rp. 555,50/tongkol jagung manis. Untuk *share* yang diterima oleh petani yaitu 100%, serta mendapatkan persentase margin sebesar 28,85% dan 26,71% untuk Farmer's share.

## Saluran II

Setelah dilakukan penelitian lebih mendalam kegiatan pemasaran jagung manis pada saluran II ini terdapat dua tempat tujuan penjualan atau pemasarannya yaitu tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari dan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari. Pemasaran jagung manis pada saluran ini dilakukan oleh petani dan pedagang pengecer. Untuk melihat lebih jelasnya disajikan Tabel 2.

Tabel 2. Pemasaran jagung pada saluran II tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari

| Komponen                    | Nilai (Rp/tongkol) | Volume Rata-Rata (tongkol) | Share (%) |
|-----------------------------|--------------------|----------------------------|-----------|
| <b>a. Petani</b>            |                    |                            |           |
| Biaya pemasaran :           | 26,97              |                            |           |
| -Karung                     | 38,70              |                            |           |
| -Tali Rafia                 | 65,67              |                            |           |
| Total biaya pemasaran       | 1.600,00           | 160,00                     | 71,11     |
| Harga jual                  | 26,97              |                            |           |
| <b>b. Pedagang pengecer</b> |                    |                            |           |
| Harga beli                  | 1.600,00           |                            |           |
| Biaya pemasaran :           |                    |                            |           |
| -Transportasi               | 127,79             |                            |           |
| -Retribusi pasar            | 19,32              |                            |           |
| -Kantong plastik            | 39,33              |                            |           |
| -P u l s a                  | 19,32              |                            |           |
| Total biaya pemasaran       | 205,77             |                            |           |
| Harga jual                  | 2.250,00           | 266                        |           |
| Margin total                | 650,00             |                            | 28,89     |
| Keuntungan pemasaran        | 444,23             |                            | 19,74     |

Sumber : Pengolahan Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2 diatas, diketahui total biaya pemasaran pedagang pengecer pada saluran II tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari yaitu sebesar Rp 205,77/tongkol jagung manis. Untuk harga pedagang pengecer

tersebut yaitu sebesar Rp 2.250,00/tongkolnya dengan harga beli sebesar Rp 1.600,00/tongkolnya. Kemudian didapatkan rata-rata margin total sebesar Rp 650,00/tongkol jagung manis serta pedagang pengecer mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 444,23/tongkol jagung manis. *share* yang diterima oleh petani pada saluran ini adalah sebesar 71,11% untuk 28,89% *margin share* yang diterima oleh pedagang pengecer dengan persentase keuntungan atau *Farmer's share* sebesar 19,74%.

Untuk Rata-rata biaya, keuntungan, margin total, *farmer's share* dan *margin share* pemasaran jagung pada saluran II tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Pemasaran jagung pada saluran II tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

| Komponen                    | Nilai (Rp/tongkol) | Volume Rata-Rata (tongkol) | Share (%) |
|-----------------------------|--------------------|----------------------------|-----------|
| <b>a. Petani</b>            |                    |                            |           |
| Biaya pemasaran :           | 25,48              |                            |           |
| -Karung                     | 36,00              |                            |           |
| -Tali Rafia                 | 62,00              |                            |           |
| Total biaya pemasaran       | 1.600,00           | 173,00                     | 69,57     |
| Harga jual                  | 25,48              |                            |           |
| <b>b. Pedagang pengecer</b> |                    |                            |           |
| Harga beli                  | 1.600,00           |                            |           |
| Biaya pemasaran :           |                    |                            |           |
| -Transportasi               | 89,96              |                            |           |
| -Retribusi pasar            | 10,14              |                            |           |
| -Kantong plastik            | 40,00              |                            |           |
| -P u l s a                  | 10,14              |                            |           |
| Total biaya pemasaran       | 150,24             |                            |           |
| Harga jual                  | 2.300,00           | 690                        |           |
| Margin total                | 700,00             |                            | 30,43     |
| Keuntungan pemasaran        | 549,76             |                            | 23,90     |

Sumber : Pengolahan Data Primer Tahun 2022

Didapatkan biaya pemasaran pedagang pengecer pada saluran II tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari yaitu sebesar Rp 150,24/tongkol jagung manis. Untuk harga jual pedagang pengecer tersebut yaitu sebesar Rp 2.300,00/tongkolnya dengan harga beli sebesar Rp 1.600,00/tongkol. Kemudian didapatkanlah rata-rata margin total sebesar Rp 700,00/tongkol jagung manis serta pedagang pengecer mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 549,76/tongkol jagung manis. Untuk *margin share* yang diterima oleh petani pada saluran ini sebesar 69,57% serta 30,43% yang diterima

oleh pedagang pengecer dengan persentase keuntungan atau *Farmer's share* sebesar 23,90%.

### Saluran III

Kegiatan pemasaran jagung pada saluran III juga terdapat dua tempat tujuan penjualan atau pemasaran yaitu tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari dan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari. Kegiatan pemasaran jagung manis pada saluran ini dilakukan oleh petani sebagai produsen kemudian menjual hasil jagung manisnya ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer. Untuk melihat lebih jelasnya disajikan Tabel 4.

Tabel 4. Pemasaran jagung pada saluran III tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari

| Komponen                     | Nilai (Rp/tongkol) | Volume Rata-Rata (tongkol) | Share (%) |
|------------------------------|--------------------|----------------------------|-----------|
| <b>a. Petani</b>             |                    |                            |           |
| Biaya pemasaran :            |                    |                            |           |
| -Karung                      | 20,73              |                            |           |
| -Tali Rafia                  | 4,77               |                            |           |
| Total biaya pemasaran        | 25,50              |                            |           |
| Harga jual                   | 1.500,00           | 1.288                      | 66,67     |
| <b>b. Pedagang pengumpul</b> |                    |                            |           |
| Harga beli                   | 1.500,00           |                            |           |
| Biaya pemasaran :            |                    |                            |           |
| -Transportasi                | 29,13              |                            |           |
| -Retribusi pasar             | 0,98               |                            |           |
| -Tali karet                  | 6,99               |                            |           |
| -P u l s a                   | 0,97               |                            |           |
| -Tenaga angkut               | 13,60              |                            |           |
| Total biaya pemasaran        | 51,67              |                            |           |
| Harga jual                   | 1.700,00           | 5.150                      |           |
| Margin pemasaran             | 200,00             |                            | 11,76     |
| Keuntungan pemasaran         | 148,33             |                            | 8,72      |
| <b>c. Pedagang Pengecer</b>  |                    |                            |           |
| Harga beli                   | 1.700,00           |                            |           |
| Biaya pemasaran :            |                    |                            |           |
| -Transportasi                | 19,42              |                            |           |
| -Retribusi pasar             | 1,55               |                            |           |
| -Kantong plastik             | 40,00              |                            |           |
| -P u l s a                   | 1,94               |                            |           |
| -Tenaga angkut               | 19,42              |                            |           |
| Total biaya pemasaran        | 82,33              |                            |           |
| Harga jual                   | 2.250,00           | 5.150                      |           |
| Margin pemasaran             | 550,00             |                            | 24,44     |
| Keuntungan pemasaran         | 467,67             |                            | 20,78     |
| Margin total                 | 750,00             |                            |           |

Sumber : Pengolahan Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang ditunjukkan pada tabel 4, diketahui bahwa total biaya pemasaran pedagang pengepul pada saluran III tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari yaitu sebesar Rp 51,67/tongkol jagung manis. Sedangkan biaya untuk pedagang pengecer sebesar Rp 82,33/tongkolnya. Untuk harga jual yang diberlakukan oleh pedagang

pengepul terhadap pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 1.700/tongkolnya, sedangkan pedagang pengecer menjual jagung manis tersebut kepada konsumen seharga Rp 2.250/tongkolnya. Margin pemasaran yang didapatkan pedagang pengepul pada saluran ini yaitu sebesar Rp 200,00/tongkol dengan keuntungan Rp 148,33/tongkolnya, sedangkan Rp 550,00/tongkol untuk pedagang pengecer dengan keuntungan sebesar 467,67/tongkolnya, Sehingga didapatkan margin total sebesar Rp 750,00/tongkolnya. Petani mendapatkan 66,67% *margin share* untuk pedagang pengepul sebesar 11,76% serta 24,44% untuk pedagang pengecer.

Diketahui total biaya pemasaran pedagang pengepul pada saluran III tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari yaitu sebesar Rp 55,61/tongkol jagung manis, Rp 97,65/tongkol untuk pedagang pengecer. Untuk harga jual yang diberlakukan oleh pedagang pengepul terhadap pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 1.700/tongkolnya, sedangkan pedagang pengecer menjual jagung manis tersebut kepada konsumen seharga Rp 2.250/tongkolnya. Margin pemasaran yang didapatkan pedagang pengepul pada saluran ini yaitu sebesar Rp 200,00/tongkol dengan keuntungan Rp 144,39/tongkolnya, Rp 550,00/tongkol untuk pedagang pengecer dengan keuntungan sebesar 452,35/tongkolnya. Sehingga didapatkan margin total sebesar Rp 750,00/tongkolnya. Margin share yang diterima oleh petani pada saluran ini adalah sebesar 66,67% untuk pedagang pengepul sebesar 11,76% dengan persentase keuntungan sebesar 8,49% serta 24,44% untuk pedagang pengecer dengan persentase keuntungan sebesar 20,10%.

Untuk pemasaran jagung manis pada saluran III tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Pemasaran jagung pada saluran III tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

| Komponen                     | Nilai (Rp/<br>tongkol) | Volume Rata-<br>Rata (tongkol) | Share (%) |
|------------------------------|------------------------|--------------------------------|-----------|
| <b>a. Petani</b>             |                        |                                |           |
| Biaya pemasaran :            |                        |                                |           |
| -Karung                      | 20,594                 |                                |           |
| -Tali Rafia                  | 5,222                  |                                |           |
| Total biaya pemasaran        | 25,82                  |                                |           |
| Harga jual                   | 1.500,00               | 1170                           | 66,67     |
| <b>b. Pedagang pengumpul</b> |                        |                                |           |
| Harga beli                   | 1.500,00               |                                |           |
| Biaya pemasaran :            |                        |                                |           |
| -Transportasi                | 29,13                  |                                |           |
| -Retribusi pasar             | 0,85                   |                                |           |
| -Tali karet                  | 7,69                   |                                |           |
| -P u l s a                   | 0,85                   |                                |           |
| -Tenaga angkut               | 17,09                  |                                |           |
| Total biaya pemasaran        | 55,61                  |                                |           |
| Harga jual                   | 1.700,00               | 5850                           |           |
| Margin pemasaran             | 200,00                 |                                | 11,76     |
| Keuntungan pemasaran         | 144,39                 |                                | 8,49      |
| <b>c. Pedagang Pengecer</b>  |                        |                                |           |
| Harga beli                   | 1.700,00               |                                |           |
| Biaya pemasaran :            |                        |                                |           |
| -Transportasi                | 25,64                  |                                |           |
| -Retribusi pasar             | 1,37                   |                                |           |
| -Kantong plastik             | 45,00                  |                                |           |
| -P u l s a                   | 1,71                   |                                |           |
| -Tenaga angkut               | 23,93                  |                                |           |
| Total biaya pemasaran        | 97,65                  |                                |           |
| Harga jual                   | 2.250,00               | 5850                           |           |
| Margin pemasaran             | 550                    |                                | 24,44     |
| Keuntungan pemasaran         | 452,35                 |                                | 20,10     |
| Margin total                 | 750                    |                                |           |

Sumber : Pengolahan Data Primer Tahun 2022

#### Saluran IV

Pemasaran jagung manis saluran ini dilakukan oleh petani sebagai produsen kemudian menjual jagung manisnya ke pedagang pengumpul, kemudian kepada pedagang besar hingga pedagang pengecer.

Hasil Penelitian menunjukkan total biaya pemasaran pedagang pengepul pada saluran IV tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari yaitu sebesar Rp 67,22/tongkol jagung manis, Rp 48,23/tongkol untuk pedagang besar serta Rp 86,75/tongkol untuk pedagang pengecer.

Diketahui margin total sebesar Rp 750,00/tongkolnya dari masing-masing margin pemasaran mulai dari pedagang pengepul, pedagang besar hingga pedagang pengecer. Margin share yang diterima oleh petani pada saluran ini adalah sebesar 66,67% untuk pedagang pengepul sebesar 6,25%, untuk

pedagang besar sebesar 8,57% serta 22,22% untuk pedagang pengecer.

Untuk melihat lebih jelasnya disajikan Tabel 6.

Tabel 6. Pemasaran jagung pada saluran IV tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari

| Komponen                     | Nilai<br>(Rp/<br>tongkol) | Volume<br>Rata-<br>Rata<br>(tongkol) | Share<br>(%) |
|------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|--------------|
| <b>a. Petani</b>             |                           |                                      |              |
| Biaya pemasaran :            |                           |                                      |              |
| -Karung                      | 20,00                     |                                      |              |
| -Tali Rafia                  | 5,94                      |                                      |              |
| Total biaya pemasaran        | 25,94                     |                                      |              |
| Harga jual                   | 1.500,00                  | 1.845                                | 66,67        |
| <b>b. Pedagang pengumpul</b> |                           |                                      |              |
| Harga beli                   | 1.500,00                  |                                      |              |
| Biaya pemasaran :            |                           |                                      |              |
| -Transportasi                | 35,18                     |                                      |              |
| -Tali karet                  | 8,45                      |                                      |              |
| -Pulsa                       | 1,895                     |                                      |              |
| -Tenaga angkut               | 21,69                     |                                      |              |
| Total biaya pemasaran        | 67,22                     |                                      |              |
| Harga jual                   | 1.600,00                  | 9.225                                |              |
| Margin pemasaran             | 100,00                    |                                      | 6,25         |
| Keuntungan pemasaran         | 32,78                     |                                      | 2,05         |
| <b>c. Pedagang besar</b>     |                           |                                      |              |
| Harga beli                   | 1.600,00                  |                                      |              |
| Biaya pemasaran :            |                           |                                      |              |
| -Transportasi                | 21,68                     |                                      |              |
| -Retribusi pasar             | 1,08                      |                                      |              |
| -Tali karet                  | 8,13                      |                                      |              |
| -Pulsa                       | 1,08                      |                                      |              |
| -Tenaga angkut               | 16,26                     |                                      |              |
| Total biaya pemasaran        | 48,23                     |                                      |              |
| Harga jual                   | 1.750,00                  | 18450                                |              |
| Margin pemasaran             | 150,00                    |                                      | 8,57         |
| Keuntungan pemasaran         | 101,77                    |                                      | 5,81         |
| <b>d. Pedagang pengecer</b>  |                           |                                      |              |
| Harga beli                   | 1.750,00                  |                                      |              |
| Biaya pemasaran :            |                           |                                      |              |
| -Transportasi                | 18,91                     |                                      |              |
| -Retribusi pasar             | 1,73                      |                                      |              |
| -Kantong plastik             | 45,00                     |                                      |              |
| -Pulsa                       | 1,63                      |                                      |              |
| -Tenaga angkut               | 19,47                     |                                      |              |
| Total biaya pemasaran        | 86,75                     |                                      |              |
| Harga jual                   | 2.250,00                  | 9.225                                |              |
| Margin pemasaran             | 500,00                    |                                      | 22,22        |
| Keuntungan pemasaran         | 413,25                    |                                      | 18,37        |

Sumber : Pengolahan Data Primer Tahun 2022

Untuk Rata-rata dari masing-masing komponen pemasaran jagung pada saluran III tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Pemasaran jagung pada saluran III tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari

| Komponen                     | Nilai<br>(Rp/<br>tongkol) | Volume<br>Rata-<br>Rata<br>(tongkol) | Share<br>(%) |
|------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|--------------|
| <b>a. Petani</b>             |                           |                                      |              |
| Biaya pemasaran :            |                           |                                      |              |
| ·Karung                      | 20,06                     |                                      |              |
| ·Tali Rafia                  | 5,03                      |                                      |              |
| Total biaya pemasaran        | 25,09                     |                                      |              |
| Harga jual                   | 1.500,00                  | 1.850                                | 66,67        |
| <b>b. Pedagang pengumpul</b> |                           |                                      |              |
| Harga beli                   | 1.500,00                  |                                      |              |
| Biaya pemasaran :            |                           |                                      |              |
| ·Transportasi                | 27,03                     |                                      |              |
| ·Tali karet                  | 6,95                      |                                      |              |
| ·Pulsa                       | 1,54                      |                                      |              |
| ·Tenaga angkut               | 15,44                     |                                      |              |
| Total biaya pemasaran        | 50,96                     |                                      |              |
| Harga jual                   | 1.600,00                  | 12.950                               |              |
| Margin pemasaran             | 100,00                    |                                      | 6,25         |
| Keuntungan pemasaran         | 49,04                     |                                      | 3,06         |
| <b>c. Pedagang besar</b>     |                           |                                      |              |
| Harga beli                   | 1.600,00                  |                                      |              |
| Biaya pemasaran :            |                           |                                      |              |
| ·Transportasi                | 30,89                     |                                      |              |
| ·Retribusi pasar             | 2,32                      |                                      |              |
| ·Tali karet                  | 6,95                      |                                      |              |
| ·Pulsa                       | 1,16                      |                                      |              |
| ·Tenaga angkut               | 19,30                     |                                      |              |
| Total biaya pemasaran        | 60,62                     |                                      |              |
| Harga jual                   | 1.750,00                  | 12.950                               |              |
| Margin pemasaran             | 150,00                    |                                      | 8,57         |
| Keuntungan pemasaran         | 89,38                     |                                      | 5,11         |
| <b>d. Pedagang pengecer</b>  |                           |                                      |              |
| Harga beli                   | 1.750,00                  |                                      |              |
| Biaya pemasaran :            |                           |                                      |              |
| ·Transportasi                | 19,69                     |                                      |              |
| ·Retribusi pasar             | 2,48                      |                                      |              |
| ·Kantong plastik             | 45,00                     |                                      |              |
| ·Pulsa                       | 2,33                      |                                      |              |
| ·Tenaga angkut               | 34,65                     |                                      |              |
| Total biaya pemasaran        | 104,16                    |                                      |              |
| Harga jual                   | 2.250,00                  | 6475                                 |              |
| Margin pemasaran             | 500,00                    |                                      | 22,22        |
| Keuntungan pemasaran         | 395,84                    |                                      | 17,59        |

Sumber : Pengolahan Data Primer Tahun 2022

Didapatkan total biaya pemasaran pedagang pengepul pada saluran IV tujuan Pasar Tapandang Berseri Pelaihari yaitu sebesar Rp 50,96/tongkol, Rp 60,62/tongkol untuk pedagang besar serta Rp 104,16/tongkol untuk pedagang pengecer.

Margin total didapatkan sebesar Rp 750,00/tongkolnya dari masing-masing margin pemasaran mulai dari pedagang pengepul, pedagang besar hingga pedagang pengecer. *Margin share* yang diterima oleh petani pada saluran ini adalah sebesar 66,67% untuk pedagang pengepul sebesar 6,25%, untuk

pedagang besar sebesar 8,57% serta 22,22% untuk pedagang pengecer.

## Efisiensi Pemasaran

### Efisiensi Ekonomis

Biaya pemasaran dibagi dengan harga jual produk sama dengan efisiensi ekonomi. Tabel 8 menyajikan indeks kemanjuran ekonomi saluran pemasaran jagung di Desa Sukaramah, Kecamatan Panyipatan, Kabupaten Tanah Laut :

Tabel 8. Indeks efisiensi ekonomis menurut saluran pemasaran jagung di Desa Sukaramah

| Saluran pemasaran                    | Nilai biaya<br>(Rp/<br>tongkol) | Nilai akhir (Rp/<br>tongkol) | Nilai efisiensi ekonomis<br>(Rp/<br>tongkol) |
|--------------------------------------|---------------------------------|------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>Saluran I</b>                     |                                 |                              |                                              |
| -Desa Sukaramah                      | 44,50                           | 2.080,00                     | 2,14                                         |
| <b>Saluran II</b>                    |                                 |                              |                                              |
| -Pasar Tradisional Gembira Pelaihari | 271,44                          | 2.250,00                     | 12,06                                        |
| -Pasar Tapandang Berseri Pelaihari   | 212,24                          | 2.300,00                     | 9,23                                         |
| <b>Saluran III</b>                   |                                 |                              |                                              |
| -Pasar Tradisional Gembira Pelaihari | 159,50                          | 2.250,00                     | 7,09                                         |
| -Pasar Tapandang Berseri Pelaihari   | 179,08                          | 2.250,00                     | 7,96                                         |
| <b>Saluran IV</b>                    |                                 |                              |                                              |
| -Pasar Tradisional Gembira Pelaihari | 228,14                          | 2.250,00                     | 10,14                                        |
| -Pasar Tapandang Berseri Pelaihari   | 240,83                          | 2.250,00                     | 10,70                                        |

Sumber : Pengolahan data primer tahun 2022

Diketahui dari data pada tabel 8 saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomis adalah pada saluran I dengan nilai efisiensi Rp 2,14/tongkolnya.

### Efisiensi Teknis

Untuk menentukan derajat efektivitas teknis dalam pemasaran jagung manis adalah dengan membagi biaya pemasaran dengan jarak yang ditempuh petani atau pedagang mulai dari lokasi mereka di Desa Sukaramah. Untuk

mendapatkan informasi tambahan, disajikan dalam Tabel 9.

Tabel 9. Indeks efisiensi ekonomis menurut saluran pemasaran jagung manis Di Desa Sukaramah

| Saluran pemasaran                    | Jarak (Km) | Total biaya pemasaran (Rp) | Nilai efisiensi teknis (Rp/Km) |
|--------------------------------------|------------|----------------------------|--------------------------------|
| <b>Saluran I</b>                     |            |                            |                                |
| -Desa Sukaramah                      | 2          | 44,50                      | 22,25                          |
| <b>Saluran II</b>                    |            |                            |                                |
| -Pasar Tradisional Gembira Pelaihari | 25         | 271,44                     | 10,86                          |
| -Pasar Tapandang Berseri Pelaihari   | 24         | 212,24                     | 8,84                           |
| <b>Saluran III</b>                   |            |                            |                                |
| -Pasar Tradisional Gembira Pelaihari | 25         | 159,50                     | 6,38                           |
| -Pasar Tapandang Berseri Pelaihari   | 24         | 179,08                     | 7,46                           |
| <b>Saluran IV</b>                    |            |                            |                                |
| -Pasar Tradisional Gembira Pelaihari | 25         | 228,14                     | 9,12                           |
| -Pasar Tapandang Berseri Pelaihari   | 24         | 240,83                     | 10,03                          |

Sumber : Pengolahan data primer tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian dan melihat pada tabel 9, terlihat bahwa saluran yang lebih efisien dari segi efisiensi teknis yaitu saluran III tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari, sebab indeks efisiensi teknisnya lebih kecil dibandingkan dengan indeks efisiensi teknis saluran yang lainnya yaitu sebesar Rp 6,38/tongkolnya.

## PERMASALAHAN DALAM PEMASARAN JAGUNG DI DESA SUKARAMAH

### Petani

Permasalahan bagi beberapa petani salah satunya mengenai akses jalan menuju lokasi, ada beberapa lokasi yang memang jalannya sulit untuk dilewati saat musim hujan, kemudian ada beberapa juga yang mengatakan harga yang kadang tidak sesuai saat jagung manis banyak sedangkan modal yang besar mengingat harga pupuk dan lainnya naik karena kelangkaan.

### Pedagang Pengepul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer

Permasalahan pedagang mengacu kepada modal, dimana pedagang harus mempunyai modal yang cukup untuk membayar jagung manis tersebut karena untuk mengambil atau membeli jagung manis harus membayar secara langsung, karena resiko apabila tidak seperti itu

maka tidak akan mendapatkan barang atau jagung manis dan untuk rantai pemasaran selanjutnya akan seperti itu.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat 4 saluran pemasaran Di Desa Sukaramah Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut yaitu saluran I, saluran II, saluran III dan saluran IV.
2. Total biaya yang paling tinggi diantara keempat saluran tersebut yaitu biaya pemasaran pada saluran IV yaitu tujuan Pasar Tradisional Gembira Pelaihari sebesar Rp. 271,44/tongkol jagung manis. Untuk margin terbesar yaitu saluran III dan IV yaitu masing-masing mempunyai margin total sebesar Rp 750/tongkolnya. *Share* tertinggi terdapat pada saluran I sebesar 100%. Mengenai efisiensi pemasaran, saluran I lebih efisien dari segi ekonomi sedangkan efisiensi teknis saluran III tujuan pemasaran Pasar Tradisional Gembira Pelaihari, Lebih efisien.
3. Bagi petani jagung manis permasalahannya yaitu akses jalan yang susah dilewati saat musim hujan dan harga yang tidak sesuai dengan modal karena tingginya harga pupuk dan lainnya. Kemudian untuk pedagang yaitu harus mempunyai modal yang cukup agar dapat bisa membeli atau mengambil hasil jagung manis dari petani karena kalau tidak atau modal yang kurang resikonya tidak mendapatkan barang atau volumenya hanya sedikit.

### Saran

Adapun saran yang dairekomendasikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Petani diharapkan lebih aktif dalam memantau harga pasar dan memilih saluran pemasaran dengan lebih akurat untuk memastikan mereka menerima harga yang sesuai dengan pengeluaran mereka.
2. Untuk pemerintah terkait diharapkan dapat memberi bantuan terhadap para petani jagung manis, bantuan tersebut bisa berupa pupuk yang sangat dikeluhkan oleh petani jagung manis di Desa Sukaramah karena kelangkaannya serta perbaikan akses jalan

menuju lokasi yang masih ada beberapa petani yang mengeluhkannya.

3. Dan bagi para pedagang hendaknya memilih jagung dengan kualitas bagus untuk dipasarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus Surabaya
- Ida, S.R. 2013. *Strategi Pemasaran Jagung Hibrida di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri*. 2016. *Jurnal Pemasaran Jagung*.
- Kanisius, 2001. *Tenik Bercocok Tanam jagung*. Yogyakarta. Penerbit AKK (Ikatan IKAPI).
- Soekartawi, 1989. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasi Pertanian*. Rajawali. Jakarta.
- Sutawi. 2002. *Pembangunan Agribisnis*. Bayu Media. Jakarta.