

## ANALISIS PEMASARAN JAGUNG MANIS DI KECAMATAN SIGI BIROMARU KABUPATEN SIGI

### Analysis of Sweet Corn Marketing in Sigi Biromaru Sub-District of Sigi Regency

*Syifa<sup>1)</sup>, Yulianti Kalaba<sup>2)</sup>, Abdul Muis<sup>2)</sup>*

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

<sup>2)</sup> Staf Dosen Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu  
Email : hadirawati.syifa@gmail.com

#### ABSTRACT

The objectives of the research were to find out the form of sweet corn marketing, the marketing margin of sweet corn, the prices share received by sweet corn farmers, and the level of efficiency achieved in sweet corn marketing in Sigi regency. Data was analyzed using marketing margin and marketing efficiency analysis. There were two marketing channels in Sigi regency i.e. farmers – trader collector – retailer – Customer (channel I); and farmer – retailer – customer (channel II). The marketing margin in channel I was IDR 9,900/kg while in the channel II was IDR 9,000/kg. The share of prices received by the farmers in the channel I was 34% while in the channel II 40%. The marketing efficiency of sweet corn in the channel I was 5.9% and in the channel II was 3.0%. This indicates that the marketing efficiency of sweet corn in Sigi Biromaru sub-district of Sigi regency is more efficient in the channel II due to its shorter chain leading to lower cost. Similarly, the total sales value of the channel II is also greater than that of the channel I.

**Keywords :** Corn, Marketing, Marketing Channel, and Marketing of Corn.

#### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bentuk pemasaran jagung manis di Kabupaten Sigi, mengetahui margin pemasaran jagung manis di Kabupaten Sigi, Mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani jagung manis di Kabupaten sigi, dan untuk mengetahui tingkat efisiensi yang dicapai dalam pemasaran jagung manis di Kabupaten Sigi. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian Analisis pemasaran ini adalah Analisis marjinpemasaran untuk mengetahui margin pemasaran, analisis untuk mengetahui harga yang diterima petani untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani, dan analisis efisiensi pemasaran untuk mengetahui efisiensi pemasaran. Untuk menjawab tujuan pertama berdasarkan hasil pembahasan diperoleh bahwa terdapat dua saluran pemasaran di Kabupaten sigi yaitu : I. Petani – Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Konsumen sedangkan untuk saluran II yaitu : Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen. Analisis marjin pemasaran jagung digunakan untuk mengetahui bahwa marjin pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 9.900/Kg dan pada saluran II sebesar Rp. 9.000/Kg. Bagian harga yang diterima petani pada saluran I yaitu sebesar 34 % dan pada saluran II sebesar 40 %, sedangkan untuk efisiensi pemasaran jagung manis pada saluran I sebesar 5,9 % dan pada saluran II sebesar 3,0 %. Sehingga Analisis pemasaran jagung di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten sigi dapat menjawab tujuan penelitian bahwa efisiensi pemasaran jagung manis pada saluran I dan saluran II yang lebih efisien adalah saluran II karena hal ini disebabkan pendeknya rantai pemasaran pada saluran II, sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan lebih kecil sedangkan total nilai penjualan saluran ke II lebih besar dari saluran I.

**Kata Kunci :** Margin, Marketing, Pemasaran Jagung, dan Saluran pemasaran.

## PENDAHULUAN

Berbagai jenis tanaman perkebunan maupun tanaman pangan diusahakan oleh petani baik untuk keperluan rumah tangga maupun untuk dijual guna menambah pendapatan petani itu sendiri (Sestiana dan Stefen, 2013)

Salah satu komoditi andalan di sektor pangan/pertanian Agribisnis adalah jagung. Jagung merupakan komoditas utama palawija ditinjau dari aspek pengusahaan dan penggunaan hasilnya, yaitu sebagai bahan baku pangan dan pakan ternak (Sujarwo,dkk, 2011). Hal ini cukup berasal karena jagung adalah komoditi yang dapat terbilang serbaguna dan bermanfaat sebagai pangan nasional karena merupakan makanan pokok setelah beras, selain itu jagung juga merupakan komoditi penting bagi industri pakan ternak dan benih. Terpenuhinya pangan secara kuantitas dan kualitas adalah hal yang sangat penting sebagai landasan bagi pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dalam jangka Panjang (Cannas et al., 2020; Halldórsson and Wehner, 2020).

Jagung (*Zea Mays*) merupakan komoditi yang bernilai ekonomis serta mempunyai peluang besar untuk dikembangkan karena komposisinya sebagai sumber utama karbohidrat dan protein setelah beras, Hampir seluruh bagian dari tanaman jagung dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam keperluan, mulai dari buah, batang, hingga daun (Adhikari and Putnam, 2020; Chang et al., 2018; Thaore et al., 2020). Jagung (*Zea Mays*) adalah tanaman semusim yang mempunyai batang berbentuk bulat, beruas-ruas dan tingginya antara 60-300 cm. Tanaman ini dapat tumbuh di dataran rendah sampai dataran tinggi (Ketinggian 0-1.300m dpl). Curah hujan yang optimal antara 85-100 mm/bulan dan turun merata sepanjang tahun (Danandeh Mehr et al., 2019; Souza et al., 2020).

Produksi jagung di Sulawesi Tengah selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi,

pada Tahun 2013 luas panen dan produksi tanaman jagung yaitu dengan luas panen sebesar 34.174 dan produksi sebesar 139.265 dan pada tahun 2014 mengalami peningkatan dengan luas panen 41.647 dan produksi 170.203 ton, kemudian kembali mengalami penurunan di tahun 2015 yaitu dengan luas panen 41.570 dan produksi 163.710 ton dan kembali mengalami penurunan di tahun 2016 dengan luas panen sebesar 32.502 dengan produksi sebesar 131.123 ton. Namun kemudian kembali meningkat pada Tahun 2017 yaitu dengan Luas Panen sebesar 78.993 dan produksi 374.322 ton. Adanya perubahan yang terjadi pada produksi jagung pada beberapa periode tersebut dikarenakan adanya pengaruh iklim, penurunan dan peningkatan luas panen, alih fungsi lahan ke komoditi lain, serta akibat pengaruh hama dan penyakit (Lee et al., 2020; Resende et al., 2019). Adapun hasil Produksi Jagung di Kecamatan Sigi Biromaru

Dari uraian tersebut yang masih sering berfluktuasi dan dapat diketahui bahwa penawaran jagung sampai saat ini masih belum dapat mengimbangi permintaan jagung dalam negeri dimana kecenderungan konsumsi jagung manis di Indonesia yang semakin tinggi menyebabkan makin besarnya jumlah impor (Subhana, 2010). Jika dilihat lagi pertanaman jagung di Indonesia terbilang cukup luas, yang berarti niat petani untuk mengusahakan tanaman jagung cukup besar, dan masih terdapat peluang untuk meningkatkan produksi jagung nasional melalui perluasan areal (ekstensifikasi) dan intensifikasi, terutama di wilayah wilayah yang sesuai dan menguntungkan bagi petani (Sarasutha IG.P, 2002).

Beberapa faktor penghambat lainnya antara lain adalah panjangnya rantai pasar pada produk jagung yang mengakibatkan semakin panjang rantai pasar semakin sedikit keuntungan yang di dapat oleh para petani hal ini juga terkait dengan berperannya pedagang tengkulak/pengecer dalam proses ini akibat kurangnya peran kelembagaan di tingkat

petani dimana lembaga pemasaran tidak dapat di pungkiri memegang peranan penting dalam menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan hasil produksi dari produsen kekonsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu atau perusahaan yang mempunyai hak kepemilikan atas barang yang dipasarkannya dan membantu dalam penyampaian hak kepemilikan barang atau jasa tersebut dari produsen kepada konsumen (Sudiyono, 2004).

Peneliti memandang perlu melakukan penelitian guna menganalisis pemasaran jagung di Kecamatan Sigi Marawola Kabupaten Sigi sehinggadapat diperoleh gambaran mengenai proses pemasaran, keuntungan yang diperoleh oleh petani, margin pemasaran, saluran pemasaran dan efisiensi pemasarannya dimana efisiensi dimaksudkan untuk suatu usaha atau kegiatan yang bertujuan mengurangi biaya dari “input” dengan anggapan bahwa “Output” pada saat ini tetap tidak berubah (Wijaya, 2005).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi dengan pertimbangan bahwa, Kecamatan Sigi Biromaru merupakan Kecamatan penghasil Jagung di Kabupaten Sigi dengan 18 Desa/Kelurahan yang ada merupakan penghasil pertanian khususnya jagung manis. Waktu penelitian kurang lebih selama 3 Bulan dari Bulan Februari sampai dengan Bulan April 2019.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer yang dimaksud meliputi wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok maupun hasil observasi suatu obyek, kejadian dan hasil pengujian (benda). Sementara data sekunder adalah data yang di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan atau maupun yang tidak dipublikasikan secara umum yang terkait dengan pemasaran produk

pertanian dalam hal ini jagung sehingga dari hasil analisis tersebut petani akan melihat perkiraan besarnya biaya yang harus dikeluarkan, berapa keuntungan yang diperoleh, dan dapat memilih usahatani yang lebih menguntungkan (Meilisiadan Aida, 2017).

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian analisis pemasaran ini adalah analisis margin pemasaran untuk mengetahui margin pemasaran dengan rumus :

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

H<sub>p</sub> = Harga Pembelian (Rp/Kg)

H<sub>b</sub> = Harga Penjualan (Rp/Kg)

Analisis untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani di gunakan rumus :

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

Keterangan :

SF = Bagian Harga yang diterima Petani

Pr = Harga ditingkat Konsumen Akhir (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat Petani (Rp/Kg)

Dan analisis efisiensi pemasaran untuk mengetahui efisiensi pemasaran, digunakan rumus:

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

Keterangan :

Eps = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya Pemasaran

TNP = Total Nilai Penjualan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian.

Kecamatan sigi biromaru merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Sigi yang beribukota di Bora dengan luas wilayah 286,600 ha yang terbagi atas 18 (tujuh belas) Desa. Akseibilitas ibukota provinsi dapat ditempuh 16 km yang semuanya dapat dijangkau oleh kendaraan roda dua dan roda empat. Berdasarkan posisi geografisnya,

kecamatan ini berbatasan langsung dengan Kecamatan Palu Selatan di sebelah utara, sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Palolo, serta Kecamatan Tanambulava di sebelah Selatan. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Dolo. Kecamatan Sigi Biromaru pada umumnya terletak di daerah dataran (65%), perbukitan (25%), pegunungan (10%) dan terletak pada ketinggian 22-257 meter di atas permukaan laut dengan keadaan Iklim Tropis, pada suhu rata-rata 29–32 °c.

Jumlah penduduk di Kecamatan Sigi Biromaru Tahun 2017 sebesar 46.754 jiwa, terdiri atas 23.805 jiwa berjenis kelamin laki-laki dan 22.949 jiwa berjenis kelamin perempuan.

**Karakteristik Responden.** Umur seseorang dapat mempengaruhi prestasi kerja dan kemampuan baik secara fisik maupun secara mental, ataupun dalam mengambil keputusan tentang usaha pemasaran jagung yang dilakukan. Umur responden dengan presentase berada pada kisaran umur 26-51 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani responden berada pada kategori umur produktif, dimana Umur produktif ialah pada saat seseorang berumur 15–64 dengan rata-rata 40 tahun sehingga sangat potensial dalam mengembangkan suatu usaha dengan menggunakan fisik dan teknologi yang modern.

**Tingkat Pendidikan.** Tingkat pendidikan merupakan jumlah tahun mengikuti pendidikan formal yang ditempuh responden pada bangku sekolah. Pendidikan akan berpengaruh terhadap perilaku dan tingkat adopsi suatu inovasi pendidikan responden tergolong kategori tinggi karena presentase tertinggi yaitu 43,59% berada pada tingkatan SMA. Hal ini menunjukkan bahwa petani dan pedagang responden sebagian besar telah memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat memahami permasalahan yang dihadapi untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Saridewi (2010), tingkat pendidikan seseorang dapat mengubah pola pikir, daya penalaran yang lebih baik sehingga makin

lama seseorang mengenyam pendidikan akan semakin rasional.

**Jumlah Tanggungan Keluarga.** Jumlah anggota keluarga mempengaruhi perekonomian keluarga, semakin banyak jumlah anggota keluarga maka akan semakin meningkat pula kebutuhan keluarga, hal ini akan membuat biaya hidup meningkat. Jumlah anggota keluarga 4-5 orang pada lokasi penelitian termasuk ideal sesuai anjuran pemerintah yaitu dua sampai tiga orang anak ditambah kedua orang tua.

**Pengalaman Berusaha.** Pengalaman dalam usaha berusaha tani dan berdagang responden juga dapat meningkatkan produksi yang akan dihasilkan oleh petani dengan adanya pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki petani dan pedagang melalui proses dari pengalaman dalam usaha pemasaran jagung mampu menjawab dari permasalahan yang ada, pengalaman sebagai petani responden dengan presentase tertinggi terdapat pada kisaran pengalaman usaha 3-18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa petani sangat berpengalaman dalam bertani. Pengalaman merupakan pengetahuan yang dialami seseorang dalam kurun waktu yang tidak ditentukan. Pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan akan berdampak positif untuk melanjutkan serta mengadopsi suatu inovasi.

**Biaya, Keuntungan dan Harga Pemasaran Jagung Manis.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 saluran pemasaran di kecamatan sigi biromaru dimana untuk saluran I terdiri dari : Petani - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer - Konsumen, sedangkan untuk Saluran II yaitu : Petani - Pedagang Pengecer - Konsumen sedangkan untuk Biaya, Keuntungan dan Harga pemasaran jagung manis dari petani ke pedagang pengumpul sebesar Rp. 5.100/Kg. Pada saluran pertama, pedagang pengumpul melakukan penjualan ke pedagang pengecer dengan harga Rp 12.000/Kg, Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 167/Kg, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 6.733/Kg., selanjutnya

pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp. 15.000/Kg, total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 133 /Kg, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.867/Kg. Adapun biaya dan keuntungan yang diterima masing-masing Lembaga Pemasaran Jagung manis pada saluran kedua dapat terlihat bahwa harga jual petani ke pedagang pengecer sebesar Rp. 6.000/Kg. Pada saluran kedua pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp. 15.000/Kg. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 183/Kg. Dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 8.817/Kg.

Pada saluran I nilai margin yang diperoleh dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer adalah sebesar Rp.

6.900/Kg, dengan harga penjualan ke pedagang pengecer sebesar Rp. 12.000, kemudian pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen dengan harga Rp 15.000/Kg dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 3.000/Kg. Sehingga total margin yang pemasaran yang diperoleh dari saluran I sebesar Rp. 9.900/Kg. margin pemasaran pada saluran II nilai margin yang diperoleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 9.000/Kg, dengan harga pembelian dari petani sebesar Rp. 6.000/ Kg, kemudian pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen akhir dengan harga Rp. 15.000/Kg dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 9.000/Kg. Sehingga total margin pemasaran yang diperoleh dari saluran II sebesar Rp. 9.000/Kg.

**Tabel 1. Biaya, Keuntungan dan Harga Pemasaran Jagung Manis pada Saluran Pemasaran Pertama pada Tahun 2019.**

No	Uraian	Volume/ Nilai per panen
1	2	3
A	Volume Penjualan Petani (Kg)	750
	Harga Jual (Rp/Kg)	5.100
<b>B</b>	<b>Pedagang Pengumpul</b>	
	Volume Pembelian	750
	1. Harga Beli (Rp/Kg)	5.100
	2. Harga Jual (Rp/Kg)	12.000
	3. Biaya Pemasaran :	
	a. Tenaga Kerja (Rp/Kg)	67
	b. Transportasi (Rp)	100
	c. Total Biaya	167
	4. Keuntungan (Rp)	6.733
<b>C</b>	<b>Pedagang Pengecer</b>	
	Volume Pembelian	750
	1. Harga Beli (Rp/Kg)	12.000
	2. Harga Jual (Rp/Kg)	15.000
	3. Biaya Pemasaran :	
	a. Tenaga Kerja(Rp/Kg)	33
	b. Transportasi(Rp/Kg)	100
	c. Total Biaya	133
	5. Keuntungan (Rp)	2.867

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Menunjukkan bahwa harga jual petani ke pedagang pengumpul sebesar Rp. 5.100/Kg. Pada saluran pertama, pedagang pengumpul melakukan penjualan ke pedagang pengecer dengan harga Rp 12.000/Kg, Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 167/Kg, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 6.733/Kg., selanjutnya pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp. 15.000/Kg, total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 133 /Kg, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.867/Kg. Pada saluran pertama ini pedagang pengumpul banyak mengeluarkan biaya pemasaran dibandingkan pengecer. Adapun biaya dan keuntungan yang diterima masing-masing Lembaga Pemasaran Jagung manis pada saluran kedua dapat terlihat pada tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa harga jual petani ke pedagang pengecer sebesar Rp. 6.000/Kg. Pada saluran kedua pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp. 15.000/Kg. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 183/Kg. Dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 8.817/Kg.

**Margin Pemasaran Petani Jagung.** Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen atau biaya dari balas jasa-jasa pemasaran, bisa juga dikatakan selisih antara harga penjualan dengan harga pembelian. Perhitungan margin pemasaran digunakan untuk mengetahui aliran biaya pada setiap kelembagaan yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut, jelasnya terlihat pada Tabel 3 ini.

**Tabel 2. Biaya, Keuntungan dan Harga Pemasaran Jagung Manis pada Saluran Pemasaran Kedua Tahun 2019.**

No	Uraian	Volume/Nilai per panen
1	2	3
A	Volume Penjualan Petani	600
	Harga Jual (Rp/Kg)	6.000
<b>B</b>	<b>Pedagang Pengecer</b>	
	Volume Pembelian	600
	1. Harga Beli (Rp/Kg)	6.000
	2. Harga Jual (Rp/Kg)	15.000
	3. Biaya Pemasaran :	
	a. Tenaga Kerja (Rp/Kg)	100
	b. Transportasi (Rp/Kg)	83
	c. Total Biaya	183
	4. Keuntungan (Rp)	8.817

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

**Tabel 3. Margin Pemasaran Jagung Manis pada Saluran I, Kecamatan Sigi Biromaru Tahun 2019.**

No	Uraian	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Margin Total (Rp/Kg)
1	2	3	4	5	6
1	Petani		5.100		
2	Pedagang Pengumpul	5.100	12.000	6.900	
3	Pedagang Pengecer	12.000	15.000	3.000	
4	Konsumen	15.000			9.900

Sumber :Data Primer Setelah Diolah, 2019

**Tabel 4. Margin Pemasaran Jagung Manis pada Saluran II, di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, Tahun 2019.**

No	Uraian	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Margin Total (Rp/Kg)
1	2	3	4	5	6
1	Petani		6.000		
3	Pedagang Pengecer	6.000	15.000	9.000	
4	Konsumen	15.000			9.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Saluran I nilai margin yang diperoleh dari pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 6.900/Kg, dengan harga penjualan ke pedagang pengecer sebesar Rp. 12.000, kemudian pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen dengan harga Rp 15.000/Kg dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 3.000/Kg. Sehingga total margin yang pemasaran yang diperoleh dari saluran I sebesar Rp. 9.900/Kg.

Tabel 4 menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran II nilai margin yang diperoleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 9.000/Kg, dengan harga pembelian dari petani sebesar Rp. 6.000/ Kg, kemudian pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen akhir dengan harga Rp. 15.000/Kg dan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 9.000/Kg. Sehingga pemasaran yang diperoleh dari saluran II sebesar Rp. 9.000/Kg.

**Bagian Harga yang diterima oleh Petani Jagung Manis.** Berdasarkan hasil penelitian pada saluran I, harga jagung manis ditingkat produsen (Petani) sebesar Rp. 5.100/Kg dan harga jagung manis pada konsumen akhir sebesar Rp. 15.000/Kg. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Sf = \frac{\text{Rp. 5.100}}{\text{Rp. 15.000}} \times 100 \%$$

$$= 34 \%$$

Pada saluran II, harga jagung manis yang berlaku ditingkat produsen adalah Rp.6.000/Kg dan harga jagung manis ditingkat

konsumen Rp. 15.000/Kg. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Sf = \frac{\text{Rp. 6.000}}{\text{Rp. 15.000}} \times 100 \%$$

$$= 40 \%$$

Sesuai perhitungan yang dilakukan bahwa bagian harga yang diterima oleh produsen/petani pada saluran I sebesar 34 % dan bagian harga yang diterima oleh produsen jagung manis pada saluran II sebesar 40 % terlihat bahwa nilai efisiensi pada saluran I sebesar 5,9 % dan pada saluran II sebesar 3,0 %, efisiensi pemasaran jagung manis di Kecamatan Sigi Biromaru antara saluran I dan saluran II, yang paling efisien adalah saluran II. Hal ini disebabkan pendeknya rantai pemasaran pada saluran II sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan lebih kecil sedangkan total nilai penjualan saluran ke II lebih besar dari saluran I.

Efisiensi Pemasaran Jagung Manis pada Saluran I :

$$Eps = \frac{(TB/TNP)}{\text{Rp. 60.919.500}} \times 100\%$$

$$= \frac{(3.583.500)}{60.919.500} \times 100 \%$$

$$= 5,9 \%$$

Efisiensi Pemasaran Jagung Manis pada Saluran II :

$$Eps = \frac{(TB/TNP)}{\text{Rp. 41.160.000}} \times 100\%$$

$$= \frac{(1.255.380)}{41.160.000} \times 100 \%$$

$$= 3,0 \%$$

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran jagung manis di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, yaitu :

**Saluran I**

Petani → Pedagang → Pengumpul

Pedagang Pengecer → Konsumen

**Saluran II**

Petani → Pedagang

Pengecer → Konsumen

2. Margin pemasaran jagung manis pada saluran I, yaitu sebesar Rp. 9.900/Kg dan margin pemasaran jagung manis pada saluran II, yaitu Rp. 9.000/Kg
3. Bagian harga yang diterima petani pada saluran I, yaitu sebesar 34 % dan bagian harga yang diterima petani pada saluran II, yaitu sebesar 40 %
4. Efisiensi pemasaran jagung manis pada saluran I, yaitu sebesar 5,9 % dan efisiensi

pemasaran pada saluran II, yaitu sebesar 3,0 % . Efisiensi pemasaran jagung manis pada saluran I dan saluran II yang lebih efisien adalah saluran II ini disebabkan pendeknya rantai pemasaran pada saluran II sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan lebih kecil sedangkan total nilai penjualan pada saluran ke II lebih besar dari saluran I.

**Saran.**

Berdasarkan dari kesimpulan hasil penelitian di Kecamatan Sigi Biromaru tersebut maka penulis menyarankan bahwa sebaiknya para petani (Produsen) menyalurkan hasil pertaniannya melalui saluran II, karena pada saluran II lebih efisien dibanding saluran I. Hal ini dikarenakan pendeknya rantai pemasaran pada saluran II sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan lebih kecil.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adhikari, R., Putnam, K.J., 2020. Comovement in the commodity futures markets: An analysis of the energy, grains, and livestock sectors. *Journal of Commodity Markets* 18, 100090. <https://doi.org/10.1016/j.jcomm.2019.04.002>
- Cannas, V.G., Gosling, J., Pero, M., Rossi, T., 2020. Determinants for order-fulfilment strategies in engineer-to-order companies: Insights from the machinery industry. *International Journal of Production Economics* 228, 107743. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107743>
- Chang, C.-L., McAleer, M., Wang, Y.-A., 2018. Modelling volatility spillovers for bio-ethanol, sugarcane and corn spot and futures prices. *Renewable and Sustainable Energy Reviews* 81, 1002–1018. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2017.07.024>
- DanandehMehri, A., Jabarnejad, M., Nourani, V., 2019. Pareto-optimal MPSA-MGGP: A new gene-annealing model for monthly rainfall forecasting. *Journal of Hydrology* 571, 406–415. <https://doi.org/10.1016/j.jhydrol.2019.02.003>
- Halldórsson, Á., Wehner, J., 2020. Last-mile logistics fulfilment: A framework for energy efficiency. *Research in Transportation Business & Management* 100481. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100481>
- Lee, E.K., Zhang, W.-J., Zhang, X., Adler, P.R., Lin, S., Feingold, B.J., Khwaja, H.A., Romeiko, X.X., 2020. Projecting life-cycle environmental impacts of corn production in the U.S. Midwest under future climate scenarios using a machine learning approach. *Science of The Total Environment* 714, 136697. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.136697>
- Mailoa Sestiana dan Popoko Stefen, 2013 *Kajian Pemasaran Jagung Manis (ZeaMays) Di Desa WKO Kecamatan Tobelo Tengah, Kabupaten Halmaherah Selatan* .*Jurnal Agroforestri* VIII (4) : 315 - 319.

- Meilisa Rizky dan Aida Syarifah, 2017 *Studi Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Jagung Manis*. Jurnal Ekonomi Pertanian & Pembangunan ISSN 1693-9646 September 2017 Volume 14 (2) : 26-38
- Resende, N.C., Miranda, J.H., Cooke, R., Chu, M.L., Chou, S.C., 2019. Impacts of regional climate change on the runoff and root water uptake in corn crops in Parana, Brazil. *Agricultural Water Management* 221, 556–565. <https://doi.org/10.1016/j.agwat.2019.05.018>
- Sarasutha IG.P.2002 *Kinerja Usaha Tani dan Pemasaran Jagung di Sentra Produksi*. Jurnal Litbang Pertanian, Volume 21 (2) : 39-47
- Saridewi, 2010. *Tingkat Pendidikan Seseorang Mempengaruhi Pola Pikir dalam Mengambil Keputusan*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Souza, R., Hartzell, S., Feng, X., Dantas Antonino, A.C., de Souza, E.S., Cezar Menezes, R.S., Porporato, A., 2020. Optimal management of cattle grazing in a seasonally dry tropical forest ecosystem under rainfall fluctuations. *Journal of Hydrology* 588, 125102. <https://doi.org/10.1016/j.jhydrol.2020.125102>
- Sujarwo, Anindita Ratya, dan Pratiwi IndiahTauriza, 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung*. Jurnal Agrise Volume XI (1) : 57-63
- Subhana, 2010. *Strategi Pengembangan Agribisnis Jagung*. [www.elibrary.mb.ipb.ac.id](http://www.elibrary.mb.ipb.ac.id)
- Sudiyono, 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Thaore, V.B., Armstrong, R.D., Hutchings, G.J., Knight, D.W., Chadwick, D., Shah, N., 2020. Sustainable production of glucaric acid from corn stover via glucose oxidation: An assessment of homogeneous and heterogeneous catalytic oxidation production routes. *Chemical Engineering Research and Design* 153, 337–349. <https://doi.org/10.1016/j.cherd.2019.10.042>
- Wijaya, 2005. *Prinsip Pemasaran dan Kasua– Edisi Ketiga – BPFE*, Yogyakarta.