

Analisis Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Komoditi Jagung di Kabupaten Sumbawa

Siti Nurwahidah

Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Email: nurwahidahsiti@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran komoditas jagung di Kabupaten Sumbawa. Penelitian dilaksanakan di Lahan kering kecamatan Labangka dan lahan sawah Kecamatan Utan yang merupakan sentra produksi jagung di Kabupaten Sumbawa. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Random Sampling. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran diuji dengan melihat saluran pemasaran dan analisis margin pemasaran. Hasil penelitian terdapat dua saluran utama pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa, yaitu saluran I: petani – pedagang pengumpul desa/kecamatan – pedagang pengumpul antar kabupaten/kota – konsumen (pabrik pakan ternak), dan saluran pemasaran yang ke II: petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul antar kabupaten/kota –konsumen (pabrik pakan ternak). Pemasaran komoditas jagung di Kabupaten Sumbawa sudah berjalan efisien. Hal ini dilihat dari saluran pemasaran, margin dan fasilitas fisik pemasaran menunjukkan bahwa pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa dapat dikatakan cukup efisien.

Kata Kunci – efisiensi, pemasaran, jagung

Diterima: Maret 2018

Dipublikasikan: Mei 2018

I. PENDAHULUAN

Jagung merupakan salah satu komoditas dari subsektor tanaman pangan yang memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Peranan jagung dalam subsektor tanaman pangan telah terbukti memberikan andil yang cukup besar terhadap ketahanan pangan dan juga terhadap perekonomian Indonesia. Dalam krisis ekonomi global 1997 dan 2008, komoditas jagung telah menunjukkan ketangguhannya dan tetap tumbuh dengan angka positif dan menjadi penggerak bagi pertumbuhan industri hulu dan pendorong pertumbuhan industri hilir yang mempunyai kontribusi yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Jagung merupakan tanaman pangan penting kedua setelah padi mengingat fungsinya yang multiguna. Jagung dapat dimanfaatkan untuk pangan, pakan, dan bahan baku industri. Jagung merupakan pangan penyumbang terbesar kedua terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) setelah padi (Zubachtirodin *et al.* 2007). Produksi jagung di Indonesia masih relatif rendah dan masih belum dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang cenderung terus meningkat. Produksi jagung nasional belum mampu mengimbangi permintaan yang sebagian dipacu oleh pengembangan industri pakan dan pangan (Budiman, 2012). Masih rendahnya produksi jagung ini disebabkan oleh berbagai faktor antara lain, seperti teknologi bercocok tanam yang masih kurang, kesiapan dan ketrampilan petani jagung yang masih kurang, penyediaan sarana produksi yang masih belum

tepat serta kurangnya permodalan petani jagung untuk melaksanakan proses produksi sampai ke pemasaran hasil.

Menurut Budiman, (2012) bahwa tingkat kebutuhan jagung nasional pada tahun 2012 diperkirakan mencapai 22 juta ton, memberikan untung yang cukup besar bagi para petani di Indonesia. Peluang bisnis jagung yang cukup potensial diantaranya sebagai bahan pakan dan bahan baku industri selain menjadi bahan makanan pokok ataupun makanan ringan. Banyaknya permintaan terhadap komoditas jagung terutama dari negara-negara Asia diantaranya disebabkan pesatnya perkembangan industri peternakan di negara-negara tersebut dan tipisnya pasar jagung dunia (13% dari total produksi jagung dunia) menunjukkan bahwa pasar jagung dunia sangat terbuka lebar bagi para eksportir baru.

Komoditas jagung mempunyai peranan yang strategis dan ekonomis, dimana kebutuhan jagung terus meningkat sepanjang tahun. Pada tahun 2020, permintaan jagung di negara sedang berkembang diperkirakan akan melebihi permintaan beras dan gandum. Permintaan jagung dunia diperkirakan meningkat sebesar 50 %, yakni dari 558 juta ton pada tahun 1995 menjadi 837 juta ton pada tahun 2020. Pesatnya permintaan jagung tersebut dikarenakan meningkatnya pertumbuhan usaha peternakan, terutama unggas dan babi. Peningkatan permintaan jagung terutama sangat nyata bagi negara di Asia Timur dan Asia Tenggara, yang diproyeksikan meningkat dari 150 juta ton pada tahun 1995 menjadi 289 juta ton pada tahun 2020, atau terjadi peningkatan sebesar 86,7%. Permintaan ini akan semakin

meningkat dengan semakin beragamnya pemanfaatan jagung untuk usaha industri antara lain untuk bahan baku etanol (Dirjen Tanaman Pangan, 2011)

Jagung memiliki potensi yang cukup besar untuk diusahakan secara agribisnis, karena tanaman ini memiliki prospek yang sangat cerah untuk diusahakan baik dari aspek budidaya maupun dari aspek peluang pasar. Dari aspek budidaya tanaman jagung tidak sulit untuk dibudidayakan. Tanaman jagung dapat tumbuh hampir disemua jenis tanah. Perkembangan daya hasil dari varietas-varietas unggul yang diadopsi petani telah terbukti memberikan sumbangan yang tidak kecil terhadap peningkatan produksi dan produktifitas jagung nasional.

Peluang pasar tanaman jagung mempunyai prospek yang cerah untuk diusahakan, karena permintaan konsumen dalam negeri dan peluang ekspor yang terus meningkat. Rukmana (1997) mengemukakan bahwa prospek usahatani tanaman jagung cukup cerah bila dikelola secara intensif dan komersil berpola agribisnis. Permintaan pasar dalam negeri dan peluang ekspor komoditas jagung cenderung meningkat dari tahun ke tahun, baik untuk memenuhi kebutuhan pangan maupun non pangan, disamping itu juga prospek pasar produksi jagung semakin baik, karena didukung oleh adanya kesadaran gizi dan diversifikasi bahan makanan pada masyarakat. Demikian juga untuk keperluan bahan baku industri rumah tangga dan produk olahan lainnya serta untuk ekspor memerlukan produk jagung dalam jumlah besar. Keadaan ini merupakan peluang pasar yang potensial bagi petani dalam mengusahakan tanaman jagung. Dengan demikian peningkatan produksi jagung baik kualitas maupun kuantitas sangat penting.

Potensi pemasaran jagung terus mengalami peningkatan, dapat dilihat dari semakin berkembangnya industri peternakan yang pada akhirnya akan meningkatkan permintaan jagung sebagai campuran pakan ternak. Selain pakan ternak, saat ini juga berkembang produk pangan dari jagung dalam bentuk tepung jagung dikalangan masyarakat. Produk tersebut banyak dijadikan bahan baku untuk pembuatan produk pangan. Dengan gambaran potensi pasar jagung tersebut tentu membuka peluang bagi petani untuk menanam jagung atau meningkatkan produksi. Selain untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, upaya peningkatan produksi jagung nasional juga dapat diarahkan untuk mengisi sebagian pasar jagung dunia yang besar. Dalam kurun waktu tahun 2005-2010, pasar jagung dunia diperkirakan sekitar 77-89 juta ton/tahun, dan ini merupakan peluang ekspor bagi Indonesia, terutama ke negara-negara tetangga seperti Malaysia, Korea Selatan dan Jepang (Dirjen Tanaman Pangan, 2011).

Pengembangan agribisnis jagung merupakan suatu program akselerasi pengembangan komoditas unggulan daerah NTB, yang dirancang sebagai suatu upaya terobosan yang diyakini mampu memberikan

kontribusi yang tinggi pada peningkatan pendapatan masyarakat khususnya pelaku agribisnis jagung dari hulu sampai hilir, menampung tenaga kerja yang cukup besar serta mendorong Bergeraknya perekonomian masyarakat pedesaan. Jagung salah satu komoditas unggulan di daerah NTB merupakan pilihan yang sangat tepat karena tanaman jagung sudah dikenal luas dimasyarakat, mudah dibudidayakan, sedikit membutuhkan air, aman dari serangan pengganggu, potensi pengembangan lahan tersedia dan permintaan pasar terus meningkat baik untuk pakan, pangan dan bahan baku industri. Di Indonesia jagung dapat dibudidayakan pada lingkungan yang beragam, seperti lahan lahan kering, lahan tadah hujan, lahan pasang surut, dan lahan gambut. Hasil studi menunjukkan bahwa sekitar 79% areal tanaman jagung terdapat pada lahan kering, sisanya berturut 11% dan 10% terdapat pada lahan sawah irigasi dan sawah tadah hujan (Dirjen Tanaman Pangan, 2011).

Pengembangan agribisnis jagung merupakan suatu gerakan percepatan pembangunan ekonomi berbasis pedesaan, melalui optimalisasi pengelolaan sumberdaya alam, sumberdaya buatan dan sumberdaya petani, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. Peningkatan produksi pertanian di Kabupaten Sumbawa sampai dengan akhir Tahun 2011 masih tetap diprioritaskan pada peningkatan/pemantapan produksi padi/beras, palawija (kedele, jagung, kac. hijau, ubi kayu) dan pengembangan hortikultura terutama tanaman sayuran dan buah-buahan (Dinas Pertanian Tan. Pangan Kab. Sumbawa, 2012).

Umumnya agribisnis jagung di Kabupaten Sumbawa dilakukan berskala kecil, karena masih banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh petani jagung. Permasalahan klasik yang sering dihadapi oleh petani jagung adalah terbatasnya permodalan, manajemen usaha dan pemasaran hasil sehingga tidak dapat melakukan usaha dengan volume usaha yang luas dan lebih intensif serta pemasaran hasil dengan baik. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produksi dan pendapatan petani jagung diantaranya adalah dengan sistem kemitraan usaha dalam agribisnis jagung.

Adanya kelembagaan agribisnis pedesaan yang tumbuh dari bawah dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, merupakan persyaratan teradopsinya teknologi inovasi secara *sustainable*. Pengalaman terdahulu mengajarkan kepada kita bahwa adopsi teknologi tidak berlanjut setelah proyek berakhir. Salah satu penyebabnya adalah tidak adanya atau lemahnya kelembagaan pedesaan yang mampu menyediakan kebutuhan petani, seperti benih/bibit, pupuk, modal kerja dan fasilitas pemasaran.

Permasalahan utama yang dihadapi dalam pengembangan jagung kedepan adalah persaingan pasar yang semakin kuat sejalan dengan era globalisasi dan perdagangan bebas serta perubahan lingkungan

strategis lainnya yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap pengembangan tanaman jagung. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diatas diperlukan reorientasi kebijakan yang memihak dan program pembangunan sistem budidaya dan usaha agribisnis berbasis jagung yang kuat sehingga produktivitas dan kualitas serta kontinuitas komoditas jagung dapat bersaing di pasaran nasional maupun internasional.

Pemasaran produk pertanian bagi petani kecil merupakan salah satu tahapan kritis dalam rantai agribisnis. Sementara itu komoditas pangan atau produk hasil pertanian pada umumnya memiliki karakteristik yang khusus seperti mudah rusak, harga yang fluktuatif, dan bersifat musiman. Dengan berbagai macam sifat ini, pemerintah hanya dapat sedikit memfasilitasi dalam hal pemasaran. Misalnya untuk pembelian hasil panen padi, petani hanya disediakan dana 7 persen dari total hasil panen. Untuk pemasaran sayuran, pemerintah hanya membantu dalam penyediaan sarana transaksi yaitu sentral terminal agribisnis yang fungsinya belum efektif. Dampaknya adalah harga yang diterima petani masih relative rendah.

Lahan kering merupakan salah satu agroekosistem yang mempunyai potensi besar untuk usaha pertanian, baik tanaman pangan, hortikultura maupun tanaman tahunan dan peternakan. Mengingat potensi ketersediaan lahan yang luas dan variasi usaha pertanian yang sangat besar, maka lahan kering sangat potensial dan akan dapat berperan lebih besar dalam menyediakan lapangan usaha pertanian dibandingkan lahan sawah kedepannya. Sensus pertanian 1983 dan 1993 menunjukkan bahwa jumlah rumah tangga pengguna lahan kering meningkat, sedangkan lahan sawah mengalami penurunan karena berubah fungsi pengguna (Agung dalam Wedastra, 2010). Hal ini menunjukkan bahwa peranan pertanian lahan kering sebagai sumber pendapatan rumah tangga dan penyerapan tenaga kerja makin tinggi, oleh karena itu memfungsikan lahan kering sebagai lahan produktif yang berbasis agribisnis perlu mendapat perhatian.

Didaerah persawahan irigasi Nusa Tenggara Barat ada kecenderungan bahwa penanaman jagung telah mengeser tanaman kedelai sebagai tanaman kedua setelah padi, begitu juga dilahan kering sudah mulai dilakukan penanaman jagung yang berorientasi pasar dengan menanam varietas Lamuru yang relative tahan kering dibandingkan dengan varietas lain. Dengan teknologi tanpa olah tanah petani dapat mengurangi biaya yang dikeluarkannya. Begitu juga para pengusaha telah membaca peluang pasar untuk jagung. Hal ini dapat dilihat dengan bermunculannya pengusaha jagung di tanah air. Namun demikian berdasarkan realita agribisnis jagung belum berjalan optimal (Mashur, 2003).

Jagung di Indonesia merupakan tanaman serbaguna dan merupakan tanaman terpenting kedua

sebagai sumber karbohidrat setelah padi. Jagung dapat dimanfaatkan untuk pangan maupun industri. Dimasa mendatang jagung memberikan prospek sangat cerah dilihat dari pertimbangan agribisnis, karena jagung terkait dengan kegiatan indutri (pakan, pangan dan lainnya) dan adanya peluang ekspor produk jagung yang besar (Aribawa, *et al*, 2006).

Peranan jagung bagi Indonesia, dengan jumlah penduduk yang banyak dan industri peternakan dan industri pakan yang berkembang cukup pesat sangat beralasan untuk memprioritaskan produksi jagung nasional. Selain untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri, juga berpeluang untuk diekspor ke pasar internasional. Pemenuhan kebutuhan jagung bila mengandalkan impor akan berisiko tinggi, dan akan berdampak terhadap indutri peternakan (pakan) dalam negeri. Fluktuasi ketersediaan dan harga pakan ternak yang sering muncul di Indonesia, salah satu penyebabnya adalah karena pengaruh fluktuasi pasokan bahan baku jagung.

Menurut Tangendjaya, *et.al.*, (2005) bahwa Indonesia dalam sepuluh tahun kedepan akan menghadapi permintaan jagung yang relatif besar untuk kebutuhan jagung dalam negeri, terutama untuk bahan baku industri pakan yang semakin meningkat. Permasalahan besar adalah teknologi dan agribisnis jagung di Indonesia masih jauh dari harapan untuk dapat mendukung permintaan tersebut. Jika teknologi dan agribisnis tetap bertahan seperti sekarang maka diperkirakan Indonesia akan mengimpor jagung yang cukup besar pada sepuluh tahun mendatang. Solusi atas hal ini, adalah melalui pemacuan sistem agribisnis jagung nasional agar menjadi lebih maju dengan perbaikan manajemen lahan, ukuran usaha yang lebih rasional dan penggunaan teknologi produksi secara intensif.

Jagung di NTB, merupakan salah satu komoditas unggulan yang banyak diusahakan petani dilahan kering pada musim hujan dan di lahan sawah pada musim kemarau. Lahan pertanian di Indonesia sebagian besar adalah lahan kering dengan luas lebih kurang 87,6 juta hektar (Santosa, 2007). Propinsi Nusa Tenggara Barat luas lahan kering seluas 1.807.463 hektar atau 84 persen dari total luas wilayah Nusa Tenggara barat sekitar 2.010.249.105 (Dipokusumo, *et.al.*, 2004 dan Mansur, *et.al.*, 2007), khusus Kabupaten Sumbawa Luas lahan kering yaitu 664.398 hektar yang terdiri dari lahan bukan sawah 239.633 hektar (tegal/kebun, ladang, perkebunan, hutan rakyat, tambak, padang penggembalaan, pekarangan yang ditanami tanaman pertanian), dan lahan bukan pertanian (rumah, bangunan, hutan Negara, rawa, (lainya=jalan,sungai,danau,lahan tandus,dll) 375.441 hektar, sedang luas lahan sawah yaitu 49.324 hektar (Sumbawa dalam angka, 2012).

Kabupaten Sumbawa merupakan salah satu kabupaten di Nusa Tenggara Barat yang memiliki potensi lahan kering dengan kondisi wilayah yang

sangat cocok untuk pengembangan budidaya jagung dimana sebagian besar wilayahnya merupakan perbukitan dengan kondisi iklim agak kering. Potensi pengembangan lahan kering yang sangat luas untuk pengembangan jagung selama ini belum dikelola secara optimal, etos kerja dan motivasi petani dalam pengembangan jagung yang cukup tinggi, permintaan jagung yang terus meningkat di pasar nasional dan internasional dengan nilai ekonomi tinggi yang dapat diperoleh, dapat menjadi pendorong pengembangan agribisnis jagung di Kabupaten Sumbawa Besar khususnya di Kecamatan Labangka.

Pada daerah pengkajian (Kabupaten Sumbawa) tanaman jagung juga diusahakan pada musim penghujan di daerah lahan kering dan awal musim kering di daerah lahan sawah. Usahatani jagung dilahan kering pada musim hujan umumnya sebagai bahan pangan dan pakan ternak, sedang di lahan sawah, selain sebagai bahan pangan dan pakan ternak juga sebagai diusahakan untuk hijauan pakan ternak pada musim kemarau. Pengembangan agribisnis jagung merupakan salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Sumbawa dimana diharapkan akan menjadi motor penggerak ekonomi masyarakat di pedesaan dan meningkatkan kesejahteraan petani. Dari luas wilayah Kabupaten Sumbawa yang hampir seluruhnya merupakan lahan kering dimana pemamfaatannya cukup beragam dengan berbagai kombinasi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan peternakan. Kecamatan Labangka adalah salah satu kota kawasan kota terpadu mandiri yang merupakan pengembangan kawasan terpadu yang berbasis pada tanaman industri yaitu jagung. Kondisi lahan pertanian secara keseluruhan merupakan lahan kering, sehingga sangat cocok untuk tanaman jagung.

Hampir diseluruh desa di Indonesia, para petani hanya menguasai subsistem produksi, sedangkan subsistem agribisnis lainnya seperti pengadaan sarana dan modal, pengolahan hasil dan pemasaran masih berada diluar kendali mereka. Didalam subsistem produksi pun, praktek pertanian mereka masih perlu ditingkatkan dengan penerapan teknologi pertanian yang lebih maju dan lebih produktif. Strategi-strategi yang dapat ditempuh untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani adalah optimalisasi pemanfaatan sumberdaya pertanian, penyediaan teknologi tepat guna spesifik lokal yang mudah dijangkau oleh petani dan upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk mempercepat proses adopsi teknologi oleh para petani. Walaupun demikian, aspek budaya merupakan salah satu kendala yang dihadapi dalam upaya peningkatan pendapatan petani. Upaya peningkatan pendapatan petani dapat dilakukan dengan pemberdayaan petani, kelembagaan dan permodalan. Penumbuhan kelembagaan agribisnis yang dibangun dari bawah dan fasilitas permodalan dari pemerintah, swasta dan perbankan. Lembaga

keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam pembangunan pertanian pedesaan.

Sistem pemasaran merupakan bagian yang penting dari mata rantai barang sejak diproduksi oleh produsen hingga diterima oleh tangan konsumen. Sistem pemasaran juga dapat menentukan efisiensi pasar suatu tata niaga barang termasuk pangan. Pola pemasaran hasil pertanian pada umumnya selalu mengalami perubahan dan perkembangan seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan yang terjadi pada struktur produksi dan konsumsi. Pola pemasaran hasil pertanian juga mempunyai kaitan yang erat dengan perkembangan ekonomi karena merupakan salah satu subsistem perekonomian secara keseluruhan. Sistem pemasaran yang efisien sangat dibutuhkan pada pasar barang hasil pertanian dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan surplus produsen maupun konsumen. Berdasarkan uraian tersebut diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana sistem pemasaran komoditi jagung di Kabupaten Sumbawa dilihat dari saluran pemasaran dan margin pemasarannya.

II. METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan adalah deskriptif analisis yaitu penelitian yang meneliti suatu objek pada masa sekarang atau sekurang-kurangnya jangka waktu yang masih terjangkau dalam ingatan responden. Data yang dikumpulkan kemudian disusun, dianalisis dan dijelaskan sehingga memberikan gambaran mengenai fenomena-fenomena yang terjadi, menerangkan hubungan, serta mengambil kesimpulan dari hasil yang diperoleh (Nazir, 1998).

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (purposive), yaitu di Kabupaten Sumbawa dengan dua lokasi yaitu di Kecamatan Labangka dan Kecamatan Utan. Kedua kecamatan merupakan sentra produksi serta mempunyai potensi yang cukup besar sebagai wilayah pengembangan tanaman jagung di Kabupaten Sumbawa.

Pengambilan sampel petani dalam penelitian ini menggunakan metode *Random Sampling* (Acak). Jumlah sampel petani diambil berdasarkan quota luas areal tanam dari masing-masing desa di kecamatan. Kecamatan Labangka ada 5 desa yaitu Desa Labangka 1, Desa Suka Damai, Desa Sekokat, Desa Suka Mulia dan Desa Jaya Makmur diambil sebanyak 20 petani masing-masing desa, sehingga total sampel petani Kecamatan Labangka (lahan kering) 100 orang. Kecamatan Utan ada 8 desa yaitu Desa Stowe Brang, Desa Tengah, Desa Sabedo, Desa Motong, Desa Jorok, Desa Bale Brang masing-masing 10 petani dan Desa Orong Bawa dan Desa Pukat masing-masing 20 petani, sehingga total sampel petani Kecamatan Utan (lahan sawah) 100 orang. Pengambilan sampel petani dari data frame petani jagung di masing-masing desa dari gapoktan/koptan (data Dinas Pertanian Tanaman

Pangan). Total seluruh sampel petani (responden) dalam penelitian ini berjumlah 200 orang petani.

Pertimbangan pengambilan jumlah sampel mengacu pada teorema batas sentral (*central limit theorem*) untuk ukuran sampel yang cukup besar ($n \geq 30$), rata-rata sampel akan terdistribusi disekitar rata-rata populasi yang mendekati distribusi normal (Cooper dan Emory, 1996). Sehingga pengambilan sampel 100 petani masing-masing kecamatan sudah memenuhi batas minimum sampel (30 sampel) yang dapat digunakan untuk menduga variasi dari populasi petani jagung di Kabupaten Sumbawa.

Lembaga pemasaran atau pedagang perantara yang akan dijadikan sampel terdiri atas pedagang pengumpul tingkat kabupaten, pedagang pengumpul tingkat kecamatan, pedagang pengumpul tingkat desa, dan pedagang pengumpul antar kota. Pengambilan sampel lembaga pemasaran ini dilakukan dengan metode *snowball sampling* menurut informasi dari petani jagung dan lembaga pemasaran mengenai pedagang yang membeli jagung (sugiyono, 2009).

Data yang akan digunakan adalah data primer yang diperoleh dari petani sampel, pedagang dan stakeholders. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi (survey) dan wawancara, dengan menggunakan alat pengumpul data berupa daftar pertanyaan (kuesioner), yang bertujuan untuk memudahkan mendapatkan informasi yang terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan beberapa alat analisis sebagai berikut:

1. Menganalisis Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dianalisis dengan cara deskriptif, diikuti setiap saluran pemasaran yang dilalui dari tingkat petani (produsen) sampai ke tingkat kabupaten.

2. Menganalisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat petani. Untuk menganalisis margin pemasaran dalam penelitian ini, data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani dan harga di tingkat lembaga pemasaran (Tomek dan Robinson; 1997), sehingga dalam perhitungan margin pemasaran digunakan rumus:

$MP = Pr - Pf \rightarrow$ rumus margin pemasaran di tingkat petani

$MP_{lp} = Ps - Pb \rightarrow$ rumus margin pemasaran pada setiap tingkat kelembagaan pemasaran dimana:

$MP =$ margin pemasaran di tingkat petani

$MP_{lp} =$ margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

$Pr =$ harga di tingkat kelembagaan pemasaran tujuan pemasaran petani

$Pf =$ harga di tingkat petani

$Ps =$ harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran

$Pb =$ harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Karena dalam margin pemasaran terdapat dua komponen, yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan lembaga pemasaran, maka Efisiensi pemasaran pada setiap komponen pemasaran dihitung dengan rumus:

Margin pemasaran :

$M_{ji} = Psi - P_{bi}$

$M_{ji} = b_{ti} - \mu_i$

$\mu_i = m_{ji} - b_{ti}$

Sehingga margin pemasaran total adalah :

$M_j = \sum m_{ji}$

keterangan:

$M_{ji} =$ Margin pada lembaga pemasaran/pasar ke -i

$Psi =$ Biaya penjualan pada lembaga pemasaran/pasar ke -i

$P_{bi} =$ Harga pembelian lembaga pemasaran/pasar ke -i

$b_{ti} =$ Biaya pemasaran lembaga pemasaran/pasar ke -i

$\mu_i =$ Keuntungan lembaga pemasaran/pasar ke-i

$M_j =$ Margin pemasaran total

Konsep pengukuran satuan dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

1. Margin pemasaran dihitung berdasarkan perbedaan harga beli dengan harga jual dalam rupiah per kilogram jagung.
2. Tingkat harga beli dihitung berdasarkan harga rata-rata pembelian per kilogram jagung.
3. Tingkat harga jual dihitung berdasarkan harga rata-rata penjualan per kilogram jagung.
4. Batasan daerah penelitian harga beli dan jual jagung sampai batas pengumpul besar kabupaten/pedagang antar pulau di Kabupaten Sumbawa.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

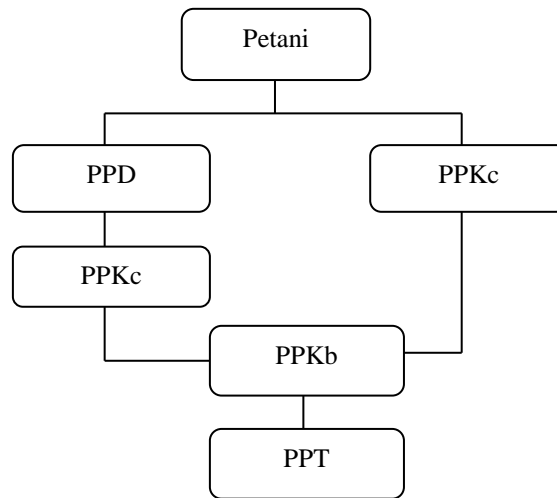
A. Analisis Saluran Pemasaran

Responden pedagang pengumpul ini di Kabupaten Sumbawa biasa disebut dengan pelele. Responden pedagang pengumpul desa kebanyakan mereka adalah perpanjangan tangan dari pengumpul kecamatan yang merupakan penduduk asli dan ada juga yang merupakan pendatang yang khusus datang pada saat panen raya.

Pada umumnya para pedagang pengumpul ini datang ke petani pada musim panen. Adanya beberapa saluran pemasaran ini akan menyebabkan tingkat margin, biaya pemasaran dan keuntungan yang berbeda. Dari hasil penelitian dapat dilihat ada dua (2) pola saluran utama pemasaran yang terjadi pada proses pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa seperti pada terlihat pada Gambar 1.

Saluran I: petani – pedagang pengumpul desa (PPD) - pedagang pengumpul kecamatan (PPKc) – pedagang pengumpul kabupaten/kota (PPKb) atau pedagang besar antar pulau – perusahaan pakan ternak (PPT Surabaya)

Saluran II: petani – pedagang pengumpul kecamatan (PPKc) – pedagang pengumpul kabupaten/kota (PPKb) atau pedagang besar antar pulau – PPT



Gambar 1. Saluran Pemasaran Jagung di Kabupaten Sumbawa

B. Analisis Margin Pemasaran

TABEL I

HARGA BELI, JUAL, BIAYA DAN MARGIN PEMASARAN JAGUNG MASING -MASING LEMBAGA PEMASARAN DI KABUPATEN SUMBAWA (Rp/Kg)

No.	Lembaga Pemasaran dan Komponen Marjin	Lahan kering		Lahan Sawah	
		Saluran I	Saluran II	Saluran I	Saluran II
1.	Petani				
	Biaya perontok	70	70	60	60
	Total biaya	70	70	60	60
	Harga jual	1850	2388	1900	2450
	Efisiensi pemasaran	3,78	2,93	3,16	2,45
2.	Pengumpul desa				
	Biaya transportasi	23	-	20	-
	Total biaya	23	-	20	-
	Harga beli	1850	-	1900	-
	Harga jual	2000	-	2000	-
	Margin	150	-	100	-
	Keuntungan	127	-	80	-
	Efisiensi pemasaran	1,15	-	1,00	-
3.	Pengumpul kecamatan				
	Biaya transportasi	100	100	78.75	78.75
	Biaya buruh	40	40	36.25	36.25
	Biaya pengemasan	4	4	4	4
	Total biaya	144	144	119	119
	Harga beli	2000	2388	2000	2450
	Harga jual	2800	2800	2688	2688
	Margin	800	412	688	238
	Keuntungan	656	268	569	119
	Efisiensi pemasaran	5,14	5,14	4,43	4,43
4.	PPKb/Pedagang antar pulau				
	Biaya transportasi	275	275	275	275
	Biaya buruh	11	11	11	11
	Total Biaya	286	286	286	286
	Harga beli	2800	2800	2688	2688
	Harga jual	3375	3375	3375	3375
	Margin	575	575	687	687

Keuntungan	289	289	401	401
Efisiensi pemasaran	8,47	8,47	8,47	8,47
5. Total margin	1525	987	1475	925
6. Efisiensi Pemasaran	18,55	16,55	17,06	15,35

Sumber : Analisis data primer 2014.

Pada tabel 1.dapat dilihat bahwa semakin panjang saluran pemasaran maka margin pemasaran petani semakin besar. Besarnya margin pemasaran pada setiap saluran dipengaruhi oleh unsur biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran sebagai imbalan atas jasa pedagang dalam memasarkan jagung. Margin pemasaran pada saluran II ,petani menjual jagung pipilan setelah proses pengeringan sampai kadar air 17 – 18 %, maka margin pemasaran petani bisa rendah dan harga jual atau harga yang diterima petani bisa lebih tinggi.

Margin pemasaran yang diterima petani bisa lebih rendah lagi bila petani menjual hasil panennya melalui PPD luar yang datang ke lokasi panen atau rumah petani, karena harga yang mereka tawarkan lebih tinggi. Jagung pipilan kering di lahan sawah (Kecamatan Utan) dengan kadar air 17 – 18 % harga berkisar antara Rp. 2600 sampai dengan Rp. 3000 per kilogram atau rata-rata harga Rp. 2750/kg.

Saluran pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa berdasarkan tabel 6.1.baik di lahan kering maupun lahan sawah menunjukkan bahwa saluran II lebih efisien dibandingkan dengan saluran I. Saluran pemasaran jagung lebih efisien pada saluran II, dapat dilihat baik pada tingkat petani, pengumpul desa dan pengumpul kecamatan. Pada tingkat petani saluran II lebih efisien dapat terjadi dikarenakan harga yang diterima petani akan lebih tinggi bila di jual ke pengumpul kecamatan (PPKc) setelah proses pasca panen yaitu penjemuran sampai kadar air 17 – 18 %.Pada tabel 6.2. juga dapat dilihat bahwa saluran pemasaran di lahan sawah (Kecamatan Utan) lebih efisien bila dibandingkan dengan saluran pemasaran di lahan kering (Kecamatan Labangka), dikarenakan Kecamatan Labangka jaraknya lebih jauh dari Kabupaten Sumbawa serta kondisi geografisnya yang lebih banyak perbukitan.

Analisis efisiensi pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa, dilihat dari saluran pemasaran, margin dan fasilitas fisik pemasaran menunjukkan bahwa pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa dapat dikatakan efisien. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (1990), bahwa efisiensi pemasaran akan terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetisi pasar yang sehat.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan :

Berdasarkan hasil analisis efisiensi pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa dapat disimpulkan:

1. Terdapat dua saluran pemasaran jagung di lokasi penelitian, yaitu saluran I: petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul antar kabupaten/kota – pabrik pakan ternak, dan saluran pemasaran yang ke II: petani – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul antar kabupaten/kota – pabrik pakan ternak.
2. Saluran pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa baik di lahan kering maupun lahan sawah menunjukkan saluran II lebih efisien dibandingkan saluran I.
3. Analisis efisiensi pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa, dilihat dari saluran pemasaran, margin dan fasilitas fisik pemasaran menunjukkan bahwa pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa dapat dikatakan cukup efisien.

B. Saran

Berdasarkan Hasil pembahasan dan kesimpulan dari penelitian ini maka yang dapat disarankan adalah :

1. Arah pengembangan jagung di Kabupaten Sumbawa baik pada lahan kering maupun di lahan sawah difokuskan pada penambahan luas areal tanam, peningkatan pengetahuan petani (manajerial pengelolaan usahatani) pada bidang teknologi budidaya dan pengelolaan pasca panen serta penerapan pola kemitraan gapoktan dengan pengusaha jagung dan akses modal usaha melalui kebijakan kredit lunak dengan syarat yang dapat dijangkau petani.
2. Pemantapan program dan pelayanan penyuluhan dengan menambah jumlah penyuluh yang mempunyai tingkat pendidikan tinggi (sarjana pertanian), mempunyai ketrampilan bidang pertanian, dan mempunyai kredibilitas tinggi sehingga bisa menjadi konsultan pemandu usahatani, fasilitator juga mediator bagi petani.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Budi, P., 2011. Analisis Efisiensi Teknis Penggunaan Faktor Produksi pada Usahatani Jagung di Desa Sukolilo Kecamatan Wajak Kabupaten Malang. Universitas Brawijaya.

- [2] Budiman, H., 2012. Budidaya Jagung Organik. Varietas Baru yang Kian Diburu. Pustaka Baru Putra. Yogyakarta
- [3] Cristoporus dan Sulaeman., 2009. Analisis Produksi dan Pemasaran jagung di Desa Labuan Toposo Kecamatan Tawaeli Kabupaten Donggala. Jurnal Agroland, Vol. 16, No. 2, 141-147, Juni 2009.
- [4] Direktorat Jenderal Tanaman Pangan, 2011. Teknologi Budidaya Jagung. Direktorat Budidaya Serelia Kementerian Pertanian Indonesia.
- [5] Diperta Kabupaten Sumbawa. 2012. Laporan Tahunan 2012. Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Sumbawa
- [6] Downey, W. D and S. P. Erickson, 1992. Agribusiness Management. McGraw-Hill, Inc.USA.
- [7] Mashur, 2003. Meningkatkan Daya Saing Komoditas Pertanian NTB (1). Perlunya Setting Priority yang Didukung Semua Pihak Secara Sinergis. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) NTB.
- [8] Rukmana Rahmat. 1997. Usahatani Jagung. Penerbit Kanisius. Yogyakarta
- [9] Tomek, W.G., ang I.K. Robinson. 1972. Agricultural Product and Price. Cornell University Press. Ithalica. London.
- [10] Wedastra, M.S., 2011. Pemberdayaan Potensi Pertanian Lahan Kering Berbasis Agribisnis di Kabupaten Lombok Barat. Jurnal GaneC Swara, Vo. 5, No. 2, September 20011.
- [11] Zubachtirodin, M.S. Pabbage dan Subandi. 2007. Wilayah Produksi dan Potensi Pengembangan Jagung. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.