

**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN JAGUNG MANIS  
DI KELURAHAN SIDOMULYO BARAT  
KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU**

**OLEH:**

**SAWATUL FITRI**

**154210396**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2020**

**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN JAGUNG MANIS  
DI KELURAHAN SIDOMULYO BARAT  
KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU**

**SKRIPSI**

**NAMA : SAWATUL FITRI  
NPM : 154210396  
JURUSAN : AGRIBISNIS**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN  
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA 17 APRIL 2020  
DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG DISEPAKATI  
SERTA KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN  
STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**MENYETUJUI**

**PEMBIMBING**



**Ir. Tibrani, M. Si**

**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**



**Dr. Ir. Siti Zahrah, MP**

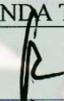
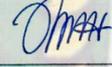
**KETUA PROGRAM STUDI  
AGRIBISNIS**



**Ir. Salman, M. Si**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM  
UJIAN KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**TANGGAL 17 APRIL 2020**

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Ir. Tibrani, M.Si	Ketua	
2	Ir. Hj. Septina Elida, M.Si	Anggota	
3	Khairizal, SP., M.MA	Anggota	
4	Ilma Satrianan Dewi, SP. M.Si	Notulen	

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BIOGRAFI PENULIS



Penulis, Sawatul Fitri lahir pada tanggal 30 januari 1998 di Desa Sukadamai Kecamatan Pagarantapah Darussalam Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Merupakan anak ke 5 dari 6 bersaudara, bapak H. Salmi dan ibu Hj. Nurhaida. Memulai pendidikan pada tahun 2003, memperoleh ijazah sekolah dasar pada tahun 2009 . Kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri Tandun Ujungbatu selesai pada tahun 2012. Kemudian menempuh pendidikan sekolah menengah atas di SMAN1 Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu dan selesai pada tahun 2015. Dan melanjutkan ke program S-1 di Universitas Islam Riau pada Fakultas Pertanian Program studi Agribisnis S-1 dan selesai pada bulan April tahun 2020.

## ABSTRAK

**SAWATUL FITRI (154210396). Analisis Usahatani dan Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Dibawah Bimbingan Bapak Ir. Tibrani, M. Si.**

Kelurahan Sidomulyo Barat merupakan salah satu kelurahan penghasil jagung manis di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik petani dan pedagang jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat, penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani jagung manis, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya, margin, keuntungan dan *farmer's share* pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat. Penelitian ini menggunakan metode survey yang dilakukan dari bulan November 2019 sampai Februari 2020. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan secara sensus sebanyak 18 orang petani jagung manis, 2 orang pedagang pengumpul dan 9 orang pedagang pengecer. Rata-rata umur petani jagung manis pada usia produktif yaitu 43 tahun, lama pendidikan 10 tahun, pengalaman berusahatani 6 Tahun dan jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa. Umur pedagang pengumpul 45 tahun, lama pendidikan 8 tahun, pengalaman berusaha 3 tahun dan tanggungan keluarga 2 jiwa, dan untuk umur pedagang pengecer umur 43 tahun, lama pendidikan 11 tahun, pengalaman berusaha 7 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4 jiwa. Rata-rata penggunaan faktor produksi per Hektar: benih 21 bungkus atau 4.200 gram, pupuk kandang 4.424,24 kg, pupuk Urea 319,40 kg, pupuk NPK 245,54 kg, pupuk KCL 92,12 kg, dan pupuk TSP 170 kg, pestisida Kompi 4,60 Liter, Gramoxon 4,48 Liter, Propaton 5,15 Liter, Vampyr 3,03 dan Abens 1,79 liter. Penggunaan tenaga kerja sebanyak 32,04 HOK. Rata-rata produksi jagung manis per hektar adalah 14.115 Kg/Ha/MT dengan total biaya usahatani Rp. 19.042.613/Ha/MT. Penerimaan sebesar Rp. 46.120.169/Ha/MT dan keuntungan sebesar Rp. 27.077.555/MT. Usaha jagung manis sudah efisien dan layak untuk dikembangkan. Pada subsistem pemasaran, untuk pemasaran jagung manis terdiri dari 2 saluran pemasaran. Saluran I: Petani – pedagang pengumpul - pedagang pengecer – konsumen. Saluran II: Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen. Lembaga pemasaran tidak semuanya melakukan fungsi pemasaran. Biaya pemasaran saluran I Rp. 475,48 dan saluran II Rp. 241,44/kg, margin pemasaran saluran I Rp 2.225,00 dan saluran II Rp. 1.500,00/kg, keuntungan pemasaran saluran I Rp. 1.749,52 dan saluran II Rp. 1.258,56/kg. Saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran I, Nilai *farmer's share* pada pola pemasaran II lebih tinggi karena harga yang diterima petani lebih tinggi.

**Kata Kunci** : Jagung Manis, Usahatani, Keuntungan, Pemasaran

## ABSTRAK

SAWATUL FITRI (154210396). Analysis of Farming and Sweet Corn Marketing in West Sidomulyo Village, Tampan District, Pekanbaru City. Under the guidance of Mr. Ir. Tibrani, M. Si.

Sidomulyo Barat Urban Village is one of the sweet corn producing villages in the Tampan District of Pekanbaru City. This study aims to analyze the characteristics of farmers and traders of sweet corn in Sidomulyo Barat Village, the use of production factors, costs, production, income and efficiency of sweet corn farming, this study also aims to determine the institutions and marketing channels, marketing functions, costs, margins, profits and farmer's share of sweet corn marketing in Sidomulyo Barat Village. This study uses a survey method conducted from November 2019 to February 2020. Data analysis used was descriptive qualitative and quantitative analysis. Sampling was carried out by census of 18 sweet corn farmers, 2 traders and 9 retailers. The average age of sweet corn farmers at productive age is 43 years, 10 years of education, 6 years experience in farming and 3 family dependents. Collector traders are 45 years old, 8 years of education, 3 years of business experience and 2 family dependents, and for retailers are 43 years old, 11 years of education, 7 years of business experience, and 4 family dependents. Average production factor usage per hectare: 21 packs of seed or 4,200 grams, manure 4,424.24 kg, Urea fertilizer 319.40 kg, NPK fertilizer 245.54 kg, KCL fertilizer 92.12 kg, and TSP fertilizer 170 kg, pesticides 4.60 Liter Company, Gramoxon 4.48 Liter, Propaton 5.15 Liter, Vampyr 3.03 and Abens 1.79 liters. The use of labor as much as 32.04 HOK. The average sweet corn production per hectare is 14,115 kg / ha / MT with a total farming cost of Rp. 19,042,613 / Ha / MT. Receipt of Rp. 46,120,169 / Ha / MT and profit of Rp. 27,077,555 / MT. Sweet corn business is efficient and feasible to be developed. In the marketing subsystem, for marketing sweet corn consists of 2 marketing channels. Channel I: Farmer - collector - retailer - consumer. Channel II: Farmer - Retailer - Consumer. Not all marketing agencies carry out marketing functions. Channel I marketing costs Rp. 475.48 and channel II Rp. 241.44 / kg, channel marketing margin Rp.2.225,00 and channel II Rp. 1,500.00 / kg, marketing channel profit I Rp. 1,749,52 and channel II Rp. 1,258.56 / kg. Marketing channel II is more efficient than marketing channel I, Farmer's share value in marketing pattern II is higher because the price received by farmers is higher.

Keywords: Sweet Corn, Farming, Profit, Marketing

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini, yang berjudul “Analisis Usahatani dan Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga dan juga untuk istri ku yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan Skripsi ini. Serta kepada Bapak Ir. Tibrani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam persiapan hingga selesainya skripsi ini.

Dalam penulisan ini penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk mencapai hasil terbaik. Penulis menyadari masih terdapat kesalahan-kesalahan yang tidak disengaja dalam penulisan Skripsi. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan Skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin ya robbal’alamin.

Pekanbaru, April 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

ISI	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Klasifikasi Jagung Manis .....	7
2.2. Karakteristik Jagung Manis.....	9
2.3. Konsep Agribisnis .....	14
2.4. Konsep Usahatani.....	17
2.4.1. Pengertian Usahatani .....	17
2.4.2. Faktor Produksi .....	19
2.4.3. Biaya Produksi .....	23
2.4.4. Produksi .....	25
2.4.5. Pendapatan .....	26
2.4.6. Efisiensi Usahatani.....	27
2.5. Konsep Pemasaran .....	28
2.5.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	30
2.5.2. Fungsi-fungsi Pemasaran .....	35

2.5.3. Biaya Pemasaran .....	37
2.5.4. Margin Pemasaran .....	38
2.5.5. Keuntungan Pemasaran.....	40
2.5.6. Efisiensi Pemasaran .....	41
2.5.7. <i>Farmer's share</i> .....	42
2.6. Penelitian terdahulu .....	42
2.7. Kerangka Berpikir Penelitian.....	48
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Metode, Tempat dan Penelitian .....	51
3.2. Teknik Pengambilan Sampel .....	51
3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4. Konsep Operasional .....	52
3.5. Analisis Data .....	56
3.5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis .....	57
3.5.2. Analisis Usahatani Jagung Manis .....	57
3.5.3. Analisis Pemasaran Jagung Manis.....	60
<b>IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>65</b>
4.1. Geografis dan Topografi .....	65
4.2. Keadaan Penduduk.....	65
4.3. Mata Pencaharian Penduduk.....	66
4.4. Sarana dan Prasarana .....	66
4.5. Keadaan Pertanian.....	69
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
5.1 Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis .....	71
5.1.2.1. Umur .....	71
5.1.2.2. Tingkat Pendidikan .....	73
5.1.2.3. Pengalaman Berusahatani .....	74
5.1.2.4. Jumlah Tanggungan Keluarga .....	76
5.2. Analisis Usahatani Jagung Manis .....	77
5.2.1. Faktor Produksi.....	78

5.2.2. Biaya Produksi .....	83
5.2.3. Produksi .....	85
5.2.4. Penerimaan.....	86
5.2.5. Keuntungan .....	86
5.2.6. Efisiensi Usahatani.....	86
5.3. Analisis Pemasaran Jagung Manis .....	87
5.3.1. Lembaga Pemasaran .....	87
5.3.2. Saluran Pemasaran .....	88
5.3.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran .....	90
5.3.4. Biaya Pemasaran .....	93
5.3.5. Margin Pemasaran .....	93
5.3.6. Keuntungan Pemasaran.....	94
5.3.7. Efisiensi Pemasaran .....	95
5.3.8. <i>Farmer's Share</i> .....	95
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
6.1 Kesimpulan .....	97
6.2. Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kandungan Gizi Jagung Manis dan Jagung Biasa.....	9
2. Fungsi-fungsi Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Pemasaran .....	61
3. Jumlah Penduduk Kelurahan Sidomulyo Barat Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017.....	66
4. Jumlah Penduduk Kelurahan Sidomulyo Barat Berdasarkan Jenis Pekerjaan Tahun 2017.....	67
5. Sarana dan Prasarana di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2017.....	68
6. Karakteristik Petani Jagung dan Pedagang Manis Berdasarkan Kelompok Umur di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.....	72
7. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.....	73
8. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis Menurut Pengalaman Berusahatani di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.....	75
9. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.....	76
10. Rata-Rata Penggunaan Pupuk Pada Usahatani Jagung Manis (Kg/Ha/MT) di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Tahun 2019.....	80
11. Rata-Rata Penggunaan Pestisida Pada Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan	

Tahun 2019.....	81
12. Rata-Rata Penggunaan Tenaga Kerja Menurut Tahapan Kerja Pada Usahatani Jagung Manis (HOK/Garapan/MT) di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.....	82
13. Rata-Rata Biaya Produksi Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Per Luas Garapan/MT Tahun 2019.....	84
14. Fungsi-Fungsi Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat.....	90
15. Analisis Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Sistem Agribisnis .....	17
2. Konsep-Konsep Pokok Pemasaran .....	29
3. Marjin Pemasaran .....	39
4. Kerangka Berpikir Penelitian .....	50
5. Saluran Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Tahun 2019.....	103
2. Penggunaan Alat Pada Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Tahun 2019.....	104
3. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Dalam Keluarga Pada Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Tahun 2019.....	110
4. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Luar Keluarga Pada Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Tahun 2019.....	116
5. Distribusi Upah TKDK dan TKLK Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2019.....	123
6. Distribusi Penggunaan Input Produksi Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2019.....	124
7. Distribusi Penggunaan Input Produksi Pestisida Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2019.....	129
8. Penggunaan Biaya Tetap Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2019.....	130
9. Penggunaan Biaya Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2019.....	131
10. Produksi, Biaya Usahatani. Pendapatan dan RCR Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2019.....	132
11. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul dan pengecer Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2019.....	133

2019.....



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam, dimana sebagian penduduknya bergantung hidup pada sektor pertanian dalam arti luas baik dari subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura, subsektor perkebunan, subsektor perikanan, subsektor peternakan dan subsektor kehutanan. Sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian bangsa sebagai pendapatan devisa negara dan membuka lapangan pekerjaan.

Banyak komoditi yang berpotensi besar untuk diusahakan karena memiliki nilai ekonomis yang sangat tinggi sehingga masyarakat yang membudidayakan berbagai produk pertanian sebagai potensi bisnis yang cukup menjanjikan. Subsektor tanaman pangan merupakan komponen penting dalam pembangunan pertanian yang terus tumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu. Salah satu tanaman pangan yang dapat ditanami di Provinsi Riau karena sesuai dengan iklim dan syarat tumbuhnya yaitu jagung manis, selain itu jagung manis juga banyak dikonsumsi masyarakat Kota Pekanbaru dalam bentuk makanan olahan.

Jagung selain untuk industri pakan ternak dan konsumsi bahan pangan jagung juga dapat dikonsumsi sebagai jajanan, jagung yang banyak di jadikan olahan makanan yaitu varietas jagung manis, sebagai varietas baru yang dihasilkan dalam dunia pertanian yang terus berkembang seiring dengan kebutuhan pangan masyarakat dan inovasi pengolahan dari jagung manis. Pekanbaru merupakan pusat ekonomi dan perdagangan menjadi peluang bagi petani jagung manis di Kota Pekanbaru, hal ini dilihat dari berkembangnya usaha-

usaha masyarakat kota pekanbaru yang berbahan dasar jagung manis, seperti: jagung bakar, kue jagung dan es jagung susu serta banyak lagi jenis makanan yang diolah oleh masyarakat sekitar kota pekanbaru. Selain buah jagungnya, ternyata masyarakat kota pekanbaru juga memanfaatkan kulit jagungnya untuk dibuat berbagai kerajinan atau bahkan bisa digunakan sebagai pembungkus kue.

Menurut data Statistik Pertanian Tahun 2018 Kota Pekanbaru memiliki lahan jagung dengan luas panen 2.338 Ha dan produksi 7.247 ton. Dimana salah satu daerah yang mengembangkan usahatani jagung manis di Pekanbaru berada di Kecamatan Tampan dengan luas panen 197 ha dan produksi 610 ton yang terpusat di Kelurahan Sidomulyo Barat. Menurut data BPP Kecamatan Tampan pada tahun 2017 luas panen jagung manis di kelurahan Sidomulyo Barat sebanyak 50 ha dengan jumlah produksi 294 ton, pada tahun 2018 mengalami peningkatan luas lahan menjadi 65 ha dengan produksi 384 ton. Peningkatan luas lahan dan produksi di pengaruhi atas permintaan pasar yang terus meningkat, selain itu Pemko Pekanbaru melalui Dinas Pertanian melaksanakan pendampingan secara intensif kepada petani melalui kelompok tani.

Seiring dengan peningkatan luas lahan dan produksi jagung manis, petani dihadapkan pada persoalan status lahan, dimana lahan yang digunakan untuk berusahatani merupakan lahan sewa dan jumlah lahan yang terbatas. Terbatasnya lahan karena beralih fungsi menjadi perumahan. Dengan keterbatasan lahan sehingga harga sewa lahan semakin mahal dan petani tidak dapat kepastian untuk dapat menyewa lahan secara berkelanjutan, naiknya harga sewa lahan

mengakibatkan penambahan biaya produksi usahatani jagung manis sehingga pendapatan petani berkurang.

Tingginya biaya yang dikeluarkan petani jagung manis menyebabkan modal yang digunakan semakin banyak, sedangkan modal yang dimiliki petani sifatnya terbatas. Sehingga petani berusaha untuk memaksimalkan penggunaan modal yang dimiliki dengan harapan produksi yang di hasilkan maksimal. Selain itu untuk menutupi penggunaan modal yang cukup besar, petani juga berharap harga penjualan jagung manis yang tinggi, sehingga mampu menutupi penggunaan modal, selain itu dengan adanya harga yang tinggi pada penjualan jagung manis mampu memberikan keuntungan yang setimpal untuk petani. Agar petani mendapatkan keuntungan yang tinggi, petani menjadwalkan penanaman jagung manis menjelang hari-hari tertentu, seperti di bulan Ramadhan dan tahun baru masehi, karena penjualan jagung manis cukup tinggi dan harga jual juga tinggi. Petani menjual jagung dalam jumlah besar melalui toke (pedagang), hal ini dikarenakan sifat jagung manis yang tidak tahan lama sehingga petani melakukan penjualan dalam jumlah besar dan menyebabkan petani tidak bisa memasarkan seluruh produksinya langsung kepada konsumen akhir.

Pemasaran merupakan semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara efisien. Dalam pemasaran terjadi suatu aliran barang dari produsen ke konsumen dengan melibatkan lembaga perantara pemasaran. Lembaga pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan saluran pemasaran, jika terdiri

dari rantai pemasaran yang panjang, maka biaya pemasaran yang dikeluarkan lebih besar.

Pemasaran jagung manis yang terjadi di kelurahan Sidomulyo Barat belum efisien karena masih panjangnya saluran pemasaran dan petani belum mampu menjual keseluruhan produksi jagung kepada konsumen akhir, padahal lokasi lahan yang ditanami jagung tidak jauh dari konsumen akhir. Harga jual jagung manis di tingkat petani berkisar dari Rp. 3.000/kg hingga Rp. 4.500/kg, sementara itu harga jagung manis ditingkat konsumen bahkan mencapai Rp. 7.000/kg. Dengan kemampuan petani hanya menjual jagung manis pada toke (pedagang) dalam hal ini petani tidak memiliki daya tawar (*bargaining power*) yang tinggi dan hanya menjadi *price taker* atau penerima harga. Sehingga hal ini tentu saja tidak merugikan petani namun juga konsumen karna harus membayar lebih dari harga yang seharusnya yaitu pada tingkat harga Rp. 3.500/kg – Rp. 4.000/kg.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik petani dan pedagang jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?
2. Berapakah penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

3. Bagaimana lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya, margin, keuntungan, efisiensi dan *farmer's share* pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

### 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Karakteristik petani dan pedagang jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
2. Penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
3. Lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya, margin, keuntungan, efisiensi dan *farmer's share* pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan serta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
2. Bagi pemerintah sebagai bahan informasi dan pertimbangan untuk mengembangkan usahatani jagung manis di Kota Pekanbaru.
3. Bagi peneliti lain selanjutnya sebagai bahan referensi yang terkait dengan peningkatan produksi dan pendapatan usahatani jagung manis.

#### 1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Agar lebih terarah untuk mencapai tujuannya, maka beberapa batasan perlu dibuatkan dalam penelitian ini. Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. (2) Objek dalam penelitian ini adalah petani jagung manis, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. (3) Penelitian ini memfokuskan pada analisis karakteristik petani (meliputi umur, lama pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga), faktor produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usaha (harga input produksi dan harga jual jagung manis menggunakan harga yang berlaku pada waktu penelitian), lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, biaya, margin, keuntungan, efisiensi dan *farmer's share*.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Klasifikasi Jagung Manis

Jagung manis (*sweet corn*) merupakan komoditas palawija dan termasuk dalam keluarga (famili) rumput-rumputan (*Gramineae*) genus *Zea* dan spesies *Zea mays Saccharata*. Jagung manis memiliki ciri-ciri endosperm berwarna bening, kulit biji tipis, kandungan pati sedikit, pada waktu masak biji berkerut. Produk utama jagung manis adalah buah/tongkolnya, biji jagung manis mempunyai bentuk, warna dan kandungan *endosperm* yang bervariasi tergantung pada jenisnya, biji jagung manis terdiri atas tiga bagian utama yaitu kulit biji (*seed coat*), *endosperm* dan embrio (Koswara , 2009).

Menurut Rukmana (2010) Jagung manis termasuk dalam keluarga rumput-rumputan, tanaman jagung manis dalam sistematika (Taksonomi) tumbuhan dan diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom : *Plantae*  
Divisio : *Spermatophyta*  
Sub Divisio : *Angiospermae*  
Kelas : *Monocotyledonae*  
Ordo : *Graminae*  
Famili : *Graminaeae*  
Genus : *Zea*  
Spesies : *Zea mays Saccharata Sturt L.*

Pada saat jagung berkecambah, akar yang berada dekat ujung biji yang menempel pada janggol, kemudian memanjang dengan diikuti oleh akar-akar samping. Akar adventatif merupakan bentukan akar lain yang tumbuh pangkal batang di atas permukaan tanah kemudian menembus dan masuk ke tanah (Suprpto dan Marzuki, 2005).

Jagung manis (*Zea mays Saccharata Sturt L.*) termasuk famili *graminae* sub famili *panacoidae*. Jagung manis termasuk tanaman *monokotiledonus*. Berdasarkan tipe pembungaannya jagung manis termasuk tanaman *monoecius* yang memiliki bunga yang terpisah pada satu tanaman. Berdasarkan tipe penyerbukannya, jagung manis termasuk tanaman yang menyerbuk silang. Jagung manis sulit dibedakan dengan jagung biasa. Perbedaannya terletak pada warna bunga jantan dan bunga betina. Bunga jantan pada jagung manis berwarna putih, sedangkan jagung biasa berwarna kemerahan. Jagung manis siap dipanen ketika tanaman berumur antara 60-70 hari (Admaja, 2006).

Berbagai upaya dapat dilakukan untuk menghasilkan produksi jagung manis.

Salah satu upaya untuk meningkatkan produksi jagung manis dapat ditempuh dengan pemberian pupuk dan pengaturan jarak tanam. Pupuk terbagi menjadi dua macam yaitu pupuk organik dan pupuk anorganik (Rahmi dan Jumiati, 2003). Idham (2004) menyatakan bahwa berimbangannya antara pertumbuhan vegetatif dan generatif pada awal fase generatif dapat memperbaiki organ reproduktif secara keseluruhan.

Jagung manis mempunyai nilai gizi yang berbeda tergantung dari varietas dan ukuran, struktur serta komposisi dari butir-butir jagung manis tersebut. Wahyudi (2006), menyebutkan jagung manis mempunyai komposisi kimia seperti pada Tabel 1.

<b>Kandungan Gizi (Tiap 100 gr Bahan)</b>			
<b>No</b>	<b>Zat Gizi</b>	<b>Jagung Manis</b>	<b>Jagung Biasa</b>
1	Energi (cal)	96	129
2	Protein (gr)	3.5	4.1
3	Lemak (gr)	1	1.3
4	Karbohidrat (gr)	22.8	30.3
5	Kadar Gula (%)	16	9
6	Kalsium (mg)	3	5
7	Fosfor (mg)	111	108
8	Besi (mg)	0.7	1.1
9	Vitamin A (SI)	400	117
10	Vitamin B (mg)	0.15	0.18
11	Vitamin C (mg)	12	9
12	Air (gr)	72.7	63.5

Tabel 1. Kandungan Gizi Jagung Manis dan Jagung Biasa Tiap 100 gr Bahan

Sumber : Wahyudi (2006)

Tanaman jagung manis umumnya ditaman untuk dipanen muda yaitu 69 – 82 hari setelah tanam atau pada saat masak susu (*milking stage*). Proses pematangan merupakan proses perubahan gula menjadi pati sehingga biji jagung manis yang belum masak mengandung kadar gula lebih tinggi dan kadar pati lebih rendah. Sifat ini ditentukan oleh gen sugari (su) refresif yang berfungsi untuk menghambat pembentukan gula menjadi pati. Dengan adanya gen refresif tersebut, menyebabkan tanaman jagung menjadi 4-8 kali lebih manis dibandingkan dengan tanaman jagung biasa. Kadar gula yang tinggi menyebabkan biji menjadi keriput (Rifianto, 2010). Menurut Kamis (1982) dalam

Supriyanto (2006), gula yang disimpan dalam biji jagung mengandung gula preduksi glukosa, fruktosa, sukrosa, polisakarida dan pati.

## 2.2. Karakteristik Jagung Manis

Jagung manis adalah tanaman herba monokotil, dan tanaman semusim iklim panas. Tanaman ini berumah satu, dengan bunga jantan tumbuh sebagai perbungaan ujung (tassel) pada atang utama (poros atau tangkal), dan bunga betina tumbuh terpisah sebagai perbungaan samping (tongkol) yang berkembang pada ketika daun. Tanaman ini menghasilkan satu atau beberapa tongkol (Rubatzky dan Yamaguchi, 1998).

Pada umumnya jagung manis dapat tumbuh pada hampir semua jenis tanah yang baik akan drainase, persediaan humus dan pupuk. Kemasaman tanah (pH) optimal berkisar antara 6,0-6,5. Jagung manis dapat tumbuh baik pada daerah 58<sup>0</sup> LU-40<sup>0</sup> LS dengan ketinggian sampai 3000 m diatas permukaan laut (dpl). Suhu optimum untuk pertumbuhannya adalah 21-27<sup>0</sup> C dan memerlukan curah hujan sebantak 300-600 mm/bln (Syukur dan Rifianto, 2014).

Tanaman jagung termasuk jenis tanaman semusim. Akar tanaman jagung dapat tumbuh dan berkembang dengan baik pada kondisi tanah yang sesuai untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Pada kondisi tanah yang subur dan gembur, jumlah akar tanaman jagung sangat banyak. Sementara pada tanah yang kurang baik akar yang tumbuh jumlahnya terbatas. Batang tanaman jagung bulat silindris, tidak berlubang, dan beruas – ruas (berbuku – buku) sebanyak 8 – 20 ruas. Jumlah ruas tersebut bergantung pada varietas yang ditanam dan umur tanaman. Tanaman jagung tingginya sangat bervariasi, tergantung pada jenis

varietas yang ditanam dan kesuburan tanah. Struktur daun tanaman jagung terdiri atas tangkai daun, lidah daun, dan telinga daun. Jumlah daun setiap tanaman jagung bervariasi antara 8 – 48 helai, namun pada umumnya berkisar antara 18 - 12 helai tergantung pada varietas dan umur tanaman daun jagung berbentuk pita atau garis dengan letak tulang daun di tengah- tengah daun sejajar dengan daun, berbulu halus, serta warnanya bervariasi (Rukmana, 2010). Daun tanaman jagung keluar dari buku – buku batang. Daun terdiri dari tiga bagian yaitu kelopak daun, lidah daun dan helai daun. Kelopak daun umumnya membungkus batang (Purwono dan Hartono, 2006).

Batang tanaman jagung beruas-ruas (berbuku-buku) dengan jumlah ruas bervariasi antara 10-40 ruas. Tanaman jagung manis sering tumbuh beberapa cabang yang muncul dari pangkal batang. Panjang batang berkisar antara 60 cm- 300 cm, tergantung pada tipe jagung. Ruas-ruas batang bagian atas berbentuk silindris dan ruas-ruas batang bagian bawah berbentuk bulat agak pipih (Rukmana, 1997).

Sistem perakaran tanaman jagung terdiri atas akar-akar seminal, koronal dan akar udara. Akar-akar seminal merupakan akar-akar radikal atau akar primer ditambah dengan sejumlah akar-akar lateral yang muncul sebagai akar adventif pada dasar dari buku pertama di atas pangkal batang. Akar-akar seminal ini tumbuh pada saat biji berkecambah. pertumbuhan akar seminal pada umumnya menuju arah bawah, berjumlah 3-5 akar atau bervariasi antara 1-13 akar (Rukmana, 1997). Perbungaan jantan berbentuk malai longgar, yang terdiri dari bulir poros tengah dan cabang lateral. Poros tengah biasanya memiliki empat

baris pasangan bunga atau lebih. Cabang lateral biasanya terdiri dari dua baris. Setiap pasang bunga terdiri dari satu bunga duduk (tidak bertangkai) dan satu bunga bertangkai. Ketika bunga jantan matang, bunga bagian tengah malai tassel mekar (*antesis*) terlebih dulu, kemudian berlanjut ke bagian atas dan bawah. Tepung sari keluar dari lubang di ujung kotak sari. Diperkirakan sekitar 25.000 tepung sari dihasilkan untuk menyerbuki setiap tangkai putik (Rubatzky dan Yamaguchi, 1998).

Tanaman jagung manis umumnya ditanam untuk dipanen muda yaitu 69 – 82 hari setelah tanam atau pada saat masak susu (*milking stage*). Proses pematangan merupakan proses perubahan gula menjadi pati sehingga biji jagung manis yang belum masak mengandung kadar gula lebih tinggi dan kadar pati lebih rendah. Sifat ini ditentukan oleh gen sugari (*su*) resesif yang berfungsi untuk menghambat pembentukan gula menjadi pati. Dengan adanya gen resesif tersebut menyebabkan tanaman jagung menjadi 4 – 8 kali lebih manis dibandingkan dengan tanaman jagung biasa, kadar gula yang tinggi menyebabkan biji menjadi berkeriput (Rifianto, 2010).

Menurut Syukur dan Rifianto (2014), jagung manis memiliki karakteristik unggul sebagai berikut:

(1) Produktivitas tinggi

Produktivitas jagung manis merupakan karakteristik keunggulan yang sangat penting. Penanaman jagung manis menggunakan varietas unggul yang mempunyai produktivitas tinggi dapat meningkatkan produktivitas hasil di lahan sempit maupun skala luas. Potensi produktivitas jagung manis hibrida tanpa

kelobot dapat mencapai 20 ton/ha/musim tanam. Potensi harus ditunjang oleh kualitas buah yang baik, seperti ukuran, penampilan, biji, dan rasa.

(2) Rasa manis

Selain produktivitas, sifat utama jagung manis yang dikembangkan adalah rasa manis. Konsumen jagung manis menginginkan rasa manis yang tinggi dan tetap manis setelah disimpan beberapa hari.

(3) Umur panen genjah

Umur panen merupakan salah satu karakter yang digunakan untuk mengukur keunggulan suatu varietas. Varietas yang diinginkan adalah varietas yang memiliki umur panen lebih awal. Umur tanaman berkaitan dengan lamanya tanaman di lapangan. Umumnya umur panen jagung manis adalah 70-85 HST di dataran menengah dan 60-70 HST di dataran rendah.

(4) Daya simpan lebih lama

Jagung manis umumnya dikonsumsi dalam keadaan segar sehingga harus tersedia dalam keadaan segar setiap saat dan tidak dapat disimpan dalam waktu relatif lama. Jagung manis biasanya langsung dijual setelah panen, karena mutu akan turun setelah 2-3 hari disimpan dalam suhu kamar. Jagung manis unggul mempunyai daya simpan lebih tinggi dan rasa manis tidak cepat turun selama penyimpanan.

Jagung manis umumnya dipanen kira-kira 18-24 hari setelah penyerbukan, dan biasanya ditandai dengan penampakan luar rambut yang mengering, tongkol yang keras ketika digenggam. Tongkol dipanen dengan menarik tongkol ke

bawah menjauhi batang, tanpa mematahkan batang utama. Tongkol jagung manis dipanen beserta dengan kelobotnya. Kelobot tongkol memberikan perlindungan terhadap kerusakan, tetapi kelobot juga berespirasi dan mengurangi kelengasan biji. Keseragaman posisi tongkol menjadi faktor penting untuk memudahkan panen dengan tangan (Rubatzky dan Yamaguchi, 1998).

Tanaman jagung manis dapat ditingkatkan hasil produksinya jika sistem budidaya yang dilakukan baik dan benar, salah satu syarat budidaya tanaman yang baik adalah dengan menggunakan varietas unggul. Salah satu varietas unggul jagung manis adalah varietas Bonanza. Varietas ini memiliki beberapa karakteristik yaitu memiliki ukuran tongkol sekitar 20-22 cm, diameter tongkol tanpa kelobot 5 cm, bobot tongkol tanpa kelobot 300 g - 400 g, warna biji jagung kuning, dan potensi hasil mencapai 14-18 ton/ ha tanpa kelobot (Syukur dan Rifianto, 2014).

### **2.3. Konsep Agribisnis**

Pembangunan ekonomi yang semakin kompleks dan kompetitif dalam era globalisasi ini mendorong perubahan orientasi pembangunan sektor pertanian dari orientasi produksi ke arah pendapatan. Oleh karena itu, pendekatan pembangunan pertanian Indonesia telah berubah dari pendekatan usahatani ke agribisnis. Sistem agribisnis tidak sama dengan sektor pertanian, dimana sistem agribisnis jauh lebih luas daripada sektor pertanian yang dikenal selama ini (Saragih, 2001).

Istilah "agribisnis," dari asal katanya terdiri dari dua suku kata, yaitu "agri" (*agriculture* yang berarti pertanian) dan "bisnis" (*business* yang berarti usaha komersial atau usaha mencari keuntungan). Oleh karena itu, agribisnis adalah

kegiatan bisnis atau komersil yang berbasis pertanian. Sebagai konsep, agribisnis dapat diartikan sebagai jumlah semua kegiatan-kegiatan yang berkecimpung dalam industri dan distribusi alat-alat maupun bahan-bahan untuk pertanian, kegiatan produksi komoditas pertanian, pengolahan, penyimpanan dan distribusi komoditas pertanian atau barang-barang yang dihasilkannya (Sumarno, 1996).

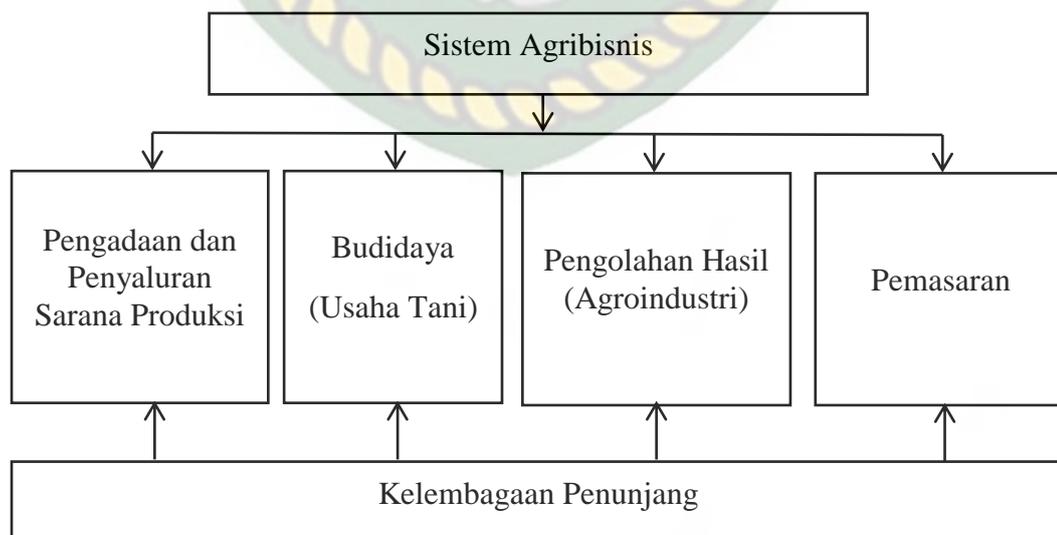
Agribisnis merupakan suatu kegiatan yang utuh dan tidak dapat terpisah antara satu kegiatan dan kegiatan lainnya, mulai dari proses produksi, pengolahan hasil, pemasaran dan aktifitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (Soekartawi, 2001). Agribisnis adalah suatu kesatuan sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yang saling terkait erat, yaitu subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi (subsistem agribisnis hulu), subsistem usahatani atau pertanian primer, subsistem pengolahan (agroindustri), subsistem pemasaran, serta subsistem jasa dan penunjang (Badan Agribisnis, 1995).

Di Indonesia, kegiatan agribisnis sudah dilakukan sejak zaman dahulu, namun demikian popularitas agribisnis baru muncul sejak tahun 1990-an. Hal ini tidak perlu diperdebatkan, yang terpenting bagaimana semua pihak mempersepsikan sama terhadap agribisnis, yaitu mulai dari kegiatan praproduksi, produksi, pengolahan/industri, pemasaran, hingga kegiatan konsumsi dan jasa pendukung semua rangkaian agribisnis. Hafsah (1999) mengemukakan bahwa agribisnis adalah kegiatan usaha di bidang pertanian yang berwatak bisnis, pelakunya secara konsisten berupaya untuk meraih nilai tambah komersial dan finansial yang berkesinambungan untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan pasar. Konsep agribisnis adalah suatu konsep yang utuh, mulai dari produksi,

mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (Soekartawi, 2010). Sedangkan menurut Arsyad, dkk dalam Soekartawi (2010), agribisnis adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas.

Agribisnis dapat dipandang dari sisi mikro maupun makro. Sisi mikro, agribisnis itu sebagai suatu unit bisnis di bidang pertanian yang senantiasa melakukan pertimbangan-pertimbangan secara rasional, mulai dari memperoleh bibit, pemeliharaan, penanganan pasca panen, hingga melakukan pemasaran (Suparta, 2005). Agribisnis secara makro adalah suatu sistem yang terdiri atas beberapa sub-sistem, dimana antara satu sub-sistem dengan sub-sistem lainnya saling terkait dan terpadu untuk memperoleh nilai tambah yang maksimal bagi para pelakunya. Hubungan antar sub-sistem agribisnis berlaku untuk agribisnis yang berbasis pertanian. Konsep agribisnis yang ditulis oleh Pasaribu (2012) adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran yang luas, yaitu kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan-kegiatan pertanian. Sebuah sistem kegiatan yang meliputi tiga komponen *the farm input sector*, *the farmingsector*, dan *the product marketing sector*. Keseluruhan dan kesatuan dari seluruh organisasi dan kegiatan mulai dari produksi dan distribusi sarana produksi, kegiatan produksi pertanian di lahan pertanian sampai dengan pengumpulan, penyimpanan, pengolahan dan turun sampai distribusi hasil akhir dari pengolahan tersebut ke konsumen.

Menurut Suryanto (2004), agribisnis adalah usaha pertanian dalam arti luas mencakup semua kegiatan mulai dari pengadaan dan penyaluran sarana produksi sampai pada kegiatan budidaya produksi usaha tani, kegiatan pengolahan hasil, dan kegiatan pemasarannya. Kegiatan agribisnis secara utuh mencakup: (1) subsistem agribisnis hulu (*upstream agribusiness*) yaitu kegiatan ekonomi yang menghasilkan dan menyalurkan sarana produksi; (2) subsistem usaha budidaya usahatani (*on-farm agribusiness*) yaitu kegiatan ekonomi yang menggunakan saprodi untuk menghasilkan produksi primer; (3) subsistem agribisnis hilir (*down tream agribusiness*) yaitu kegiatan ekonomi yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk olahan yang siap dikonsumsi; (4) subsistem pemasaran (*marketing agribusiness*) kegiatan memasarkan hasil pertanian primer dan produk olahannya; (5) subsistem jasa penunjang (*supporting institution*) kegiatan yang menyediakan jasa dalam agribisnis ternak seperti perbankan, transportasi, penyuluhan, peskesnak, *holding ground*, kebijakan pemerintah (Saragih, 2001) (Suryanto, 2004). Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Sistem Agribisnis

Gambar 1. Kerangka Sistem Agribisnis  
Sumber: Soekartawi (2000)

## **2.4. Konsep Usahatani**

### **2.4.1. Pengertian Usahatani**

Hernanto (1996) mendefinisikan usahatani sebagai organisasi dari alam, kerja dan modal yang ditujukan kepada produksi di lapangan pertanian. Organisasi ini ketatalaksanaannya berdiri sendiri dan sengaja diusahakan oleh seorang atau sekumpulan orang, sebagai pengelolanya. Pengertian organisasi usahatani adalah usahatani sebagai organisasi harus memiliki pemimpin serta ada yang dipimpin. Yang mengorganisir adalah petani dibantu oleh keluarganya yang diorganisir adalah faktor-faktor produksi yang dikuasai atau dapat dikuasai.

Suratiyah (2015) menjelaskan ilmu usahatani adalah ilmu yang mempelajari bagaimana seorang petani menentukan, mengusahakan dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi secara produktif, efektif dan efisien dapat berupa lahan dan alam sekitarnya sebagai modal, agar memberikan manfaat yang sebaik-baiknya sehingga usaha tersebut memberikan pendapatan yang semaksimal mungkin.

Menurut Adiwilaga dalam Tuwo (2011), ilmu usahatani adalah ilmu yang menyelidiki segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan manusia dalam melakukan pertanian diatas tanahnya, sedangkan menurut Vink dalam Suratiyah (2015), ilmu usahatani merupakan ilmu yang mempelajari norma-norma yang digunakan untuk mengatur usahatani agar memperoleh pendapatan yang setinggi-tingginya. Soekartawi (2002) menjelaskan ilmu usahatani biasanya diartikan sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana seseorang mengalokasikan

sumberdaya yang ada secara efektif dan efisien untuk tujuan memperoleh keuntungan yang tinggi pada waktu tertentu. Dikatakan efektif bila petani atau produsen dapat mengalokasikan sumberdaya yang mereka miliki (yang dikuasai) sebaik-baiknya, dan dikatakan efisien bila pemanfaatan sumberdaya tersebut menghasilkan keluaran (*output*) yang melebihi masukan (*input*) .

Hernanto (1996) menyatakan bahwa keberhasilan usahatani dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor-faktor pada usahatani itu sendiri (*internal*) dan faktor-faktor diluar usahatani (*external*). Adapun faktor *internal* antara lain petani-petani pengelola, tanah usahatani, tenaga kerja, modal, jumlah keluarga, dan kemampuan petani dalam mengaplikasikan penerimaan keluarga. Sementara itu faktor *external* terdiri dari tersedianya sarana transportasi dan komunikasi, aspek-aspek yang menyangkut pemasaran hasil dan bahan usahatani (harga hasil, harga saprodi, dan lain-lain), fasilitas kredit, dan sarana penyuluh bagi petani.

وَالْأَرْضَ مَدَدْنَاهَا وَأَلْقَيْنَا فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ شَيْءٍ مَوْزُونٍ (19) وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ وَمَنْ لَسْتُمْ لَهُ بِرَازِقِينَ (20) وَإِنْ مِنْ شَيْءٍ إِلَّا عِنْدَنَا خَزَائِنُهُ وَمَا نُنزِّلُهُ إِلَّا بِقَدَرٍ مَعْلُومٍ (21) وَأَرْسَلْنَا الرِّيَّاحَ لَوَاقِحَ (22) فَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَسْقَيْنَاكُمُوهُ وَمَا أَنْتُمْ لَهُ بِخَازِنِينَ

“Dan Kami telah menghamparkan bumi dan Kami pancangkan padanya gunung-gunung serta Kami tumbuhkan di sana segala sesuatu menurut ukuran. Dan Kami telah menjadikan padanya sumber-sumber kehidupan untuk keperluanmu, dan (Kami ciptakan pula) makhluk-makhluk yang bukan kamu pemberi rezekinya. Dan tidak ada sesuatu pun, melainkan pada sisi Kami lah khazanahnya; Kami tidak menurunkannya melainkan dengan ukuran tertentu. Dan kami telah meniupkan angin untuk mengawinkan dan Kami turunkan hujan dari langit, lalu

*Kami beri minum kamu dengan (air) itu, dan bukanlah kamu yang menyimpannya”*(QS. Al-hijr [5]: 19-22)

#### **2.4.2. Faktor Produksi**

Faktor produksi adalah segala sesuatu yang dibutuhkan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor produksi terdiri atas alam (*natural resources*), tenaga kerja (*labor*), modal (*capital*), dan keahlian (*skill*) atau sumber daya pengusaha (*enterpreneurship*). Soekartawi (2003) menyatakan bahwa faktor produksi disebut juga korbanan produksi, karena faktor produksi tersebut dikorbankan untuk menghasilkan produksi. Macam faktor produksi atau input ini berikut jumlah dan kualitasnya perlu diketahui oleh seorang produsen. Oleh karena itu untuk menghasilkan suatu produk, maka diperlukan pengetahuan hubungan antara faktor produksi (*input*) dan produksi (*output*).

Soekartawi (2003) berpendapat bahwa faktor produksi dalam bidang pertanian adalah semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik. Diberbagai faktor, faktor produksi ini dikenal pula dengan istilah input, *production faktor*, dan korbanan produksi. Hernanto (1996) menyatakan suatu usahatani ada 4 (empat) unsur pokok atau faktor produksi, yaitu tanah, tenaga kerja, modal dan pengelolaan (manajemen). Apabila keempat unsur ini dapat berjalan dengan baik diharapkan akan dapat mengoptimalkan produksi dari suatu usahatani.

Menurut Sukirno (2006) pengertian faktor produksi adalah benda-benda yang disediakan oleh alam atau diciptakan oleh manusia yang dapat

digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor-faktor produksi yang dimaksud dalam penulisan ini adalah:

**a. Alam**

Alam merupakan semua kekayaan yang terdapat di alam untuk dimanfaatkan dalam proses produksi, karena sudah begitu saja ada pada kita dan sejak dulu dimanfaatkan untuk produksi, maka SDA ini termasuk faktor produksi yang meliputi tanah, air, iklim, udara, dan sebagainya.

Perlunya pengelolaan tanah dalam pertanian, karena dengan adanya pengelolaan tanah akan mencakup berbagai faktor yaitu:

1. Perencanaan penggunaan tanah sesuai dengan kesanggupannya.
2. Menyiapkan tanah dalam keadaan olah yang baik.
3. Pergiliran tanaman yang tersusun dengan baik.
4. Konservasi tanah dan air.
5. Mnegusahakan unsure hara tersedia dengan baik melalui pemupukan.

Selain itu perlu juga adanya pengelolaan tanah berkelanjutan karena dengan adanya pengelolaan tanah berkelanjutan akan dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang lama serta tetap memelihara kesehatan dan kualitas lingkungan.

**b. Tenaga Kerja**

Dalam ilmu ekonomi (Daniel, 2002) yang dimaksud tenaga kerja adalah suatu alat kekuatan fisik dan otak manusia yang tidak dapat dipisahkan dari manusia dan ditujukan pada usaha produksi. Tenaga kerja ternak atau traktor

bukan termasuk faktor tenaga kerja, tetapi termasuk modal yang menggantikan tenaga kerja. Tenaga kerja juga dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengelola sumber daya alam tersebut dengan menggunakan tenaga dari manusia atau biasa disebut dengan sumber daya manusia.

### c. Modal

Modal/Kapital mengandung banyak arti, tergantung pada penggunaannya. Dalam arti sehari-hari, modal sama artinya dengan harta kekayaan yang dimiliki seseorang yaitu semua harta berupa uang, tanah, mobil, dan lain sebagainya. Menurut Von Bohm Bawerk dalam (Daniel, 2002), arti modal modal atau kapital adalah segala jenis barang yang dihasilkan dan dimiliki masyarakat, disebut dengan kekayaan masyarakat. Sebagian kekayaan itu digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan sebagian lagi digunakan untuk memproduksi barang-barang baru dan inilah yang disebut modal masyarakat atau modal sosial. Jadi, modal adalah “Setiap hasil/produk atau kekayaan yang digunakan untuk memproduksi hasil selanjutnya atau hasil yang baru”. Secara umum modal dapat dibagi 2, yaitu :

- 1) Modal tetap adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang dapat digunakan beberapa kali, meskipun akhirnya barang-barang modal ini habis juga, tetapi tidak sama sekali terisap dalam hasil. Contoh : mesin
- 2) Modal bergerak adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang hanya bisa digunakan dalam proses produksi, misalnya bahan mentah, pupuk, bahan bakar dan mesin.

Dalam usaha pertanian dikenal ada modal fisik dan modal manusiawi. Menurut Rahim dan Diah (2008), modal dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu modal tetap (*fixed cost*) dan modal tidak tetap (*variabel cost*). Modal tetap terdiri atas tanah, bangunan, mesin, dan peralatan pertanian di mana biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi tidak habis dalam sekali proses produksi. Modal tidak tetap terdiri dari benih, pupuk, pakan, obat-obatan, dan upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja. Sumber modal dalam usahatani berasal dari petani itu sendiri atau dari pinjaman. Besar kecilnya modal yang dipakai ditentukan oleh besar kecilnya skala usahatani. Makin besar skala usahatani makin besar pula modal yang dipakai, begitu pula sebaliknya. Macam komoditas tertentu dalam proses produksi pertanian juga menentukan besar kecilnya modal yang dipakai (Rahim dan Diah, 2008).

#### **d. Skill (Keterampilan)**

Menurut Sukirno (2006), Yang dimaksud dengan keahlian atau skill adalah manajemen atau kemampuan petani menentukan manfaat penggunaan faktor produksi dalam perubahan teknologi, sehingga usahatani yang dikelolanya dapat memberikan hasil (*output*) yang lebih baik. Oleh karena itu kepada para petani harus diberikan penyuluhan dalam menggunakan dan memanfaatkan faktor-faktor produksi pada saat muncul teknologi baru yang dapat diterapkan dalam melakukan usaha tani, yang dapat menyebabkan biaya produksi dapat ditekan dan dapat meningkatkan produksi (Sukirno, 2006).

### 2.4.3. Biaya Produksi

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi 2005). Biaya dalam pengertian ekonomi adalah semua biaya yang timbul atas penggunaan sumberdaya ekonomi dalam proses produksi (Pindyck dan Rubinfeld 2012). Soekartawi (2002) mendefinisikan biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam usahatani. Biaya usahatani diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

#### a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Jadi besarnya biaya tetap ini tidak tergantung pada besar-kecilnya produksi yang diperoleh. Semakin tinggi *volume* kegiatan semakin rendah biaya satuan dan sebaliknya jika *volume* kegiatan semakin rendah maka biaya satuan semakin tinggi. Contoh biaya tetap antara lain: sewa tanah, pajak, alat.

#### b. Biaya Tidak Tetap (Variabel)

Biaya tidak tetap atau biaya variabel adalah biaya yang besar-kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh. Semakin besar *volume* kegiatan, maka semakin tinggi jumlah total biaya variabel dan sebaliknya semakin rendah *volume* kegiatan, maka semakin rendah jumlah total biaya variabel. Biaya satuan pada biaya variabel bersifat konstan karena tidak dipengaruhi oleh perubahan *volume* kegiatan, Contohnya biaya untuk sarana produksi.

Berdasarkan wujudnya, biaya produksi dapat dibagi menjadi 2, yaitu biaya yang langsung dikeluarkan atau diperhitungkan (biaya tunai) dan biaya yang tidak dikeluarkan secara langsung (biaya tidak tunai/non tunai). Berbagai biaya tersebut adalah sebagai berikut (Hernanto, 1996):

1. Biaya tunai

Biaya tunai merupakan biaya tetap dan biaya variabel yang langsung dibayarkan secara tunai. Biaya tetap misalnya pajak tanah dan bunga pinjaman, sedangkan biaya variabel misalnya biaya untuk pengeluaran bibit, obat-obatan, pupuk, dan tenaga kerja yang dikeluarkan secara langsung. Biaya tunai ini berguna untuk melihat pengalokasian modal yang dimiliki oleh petani guna pemenuhan kebutuhan dalam kegiatan usahatani.

2. Biaya tidak tunai (non tunai)

Biaya tidak tunai dapat dikatakan sebagai biaya yang diperhitungkan dan tidak dikeluarkan secara tunai. Biaya tidak tunai terdiri dari biaya penyusutan alat-alat pertanian, sewa lahan milik sendiri (biaya tetap) dan tenaga kerja dalam keluarga (biaya variabel). Biaya tidak tunai digunakan untuk melihat bagaimana manajemen suatu usahatani yang dikonversi kedalam nilai uang.

#### **2.4.4. Produksi**

Menurut Soekartawi (2003), produksi adalah hasil gabungan atau hasil akhir suatu proses produksi dari berbagai faktor – faktor produksi dalam suatu proses produksi. Kaitan antara faktor-faktor produksi dengan produksi

diterangkan dengan hubungan yang saling berkaitan suatu sama lainnya dengan melihat hubungan kausal. Sedangkan menurut Nicholson (2003), menyatakan produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input.

Produksi adalah berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk (keluaran). Menurut Joesron dan Fathorrozi (2003), produksi merupakan hasil akhir dari proses tau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Lebih lanjut Putong (2003) mengatakan produksi atau memproduksi manambahkan kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih baik dari semula. Produksi adalah hasil yang diperoleh petani dari hasil panen pengolahan atau pengelolaan usahataniya dan produksi inilah yang menjadi ukuran besar kecilnya keuntungan yang akan diperoleh (Mubyarto, 1989).

#### **2.4.5. Pendapatan**

Hernanto (1996) mendefinisikan pendapatan usahatani adalah semua benda milik yang mempunyai nilai uang yang dimiliki secara sah oleh petani biasanya disebut *assets* atau *resources*. Untuk keperluan analisa pendapatan petani diperlukan empat unsur, yaitu rata-rata inventaris, penerimaan usahatani, pengeluaran usahatani, penerimaan dari berbagai sumber. Keadaan rata-rata inventaris adalah jumlah nilai inventaris awal ditambah nilai inventaris akhir dibagi dua.

Menurut Soekartawi (2002), pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya produksi selama melakukan produksi, sedangkan penerimaan usahatani merupakan perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual, dan biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam suatu usahatani.

Pendapatan usahatani menurut Gustiyana (2004) dapat dibagi menjadi dua yaitu: (1) pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh petani dalam usahatani selama satu tahun yang dapat diperhitungkan dari hasil penjualan atau pertukaran hasil produksi yang dinilai dalam rupiah berdasarkan harga persatuan berat pada saat pemungutan hasil, (2) pendapatan bersih, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam satu tahun dikurangi dengan biaya produksi selama proses produksi. Biaya produksi meliputi biaya rill tenaga kerja dan biaya rill sarana produksi.

Suratiyah (2015) menjelaskan dalam pendapatan usahatani ada dua unsur yang digunakan yaitu unsur permintaan dan pengeluaran dari usahatani tersebut. Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produk total dengan satuan harga jual, sedangkan pengeluaran atau biaya sebagai nilai penggunaan sarana produksi dan lain-lain yang dikeluarkan pada tahun tersebut. Menurut Tuwo (2011), suatu usahatani dikatakan sukses, jika situasi pendapatan yang memenuhi syarat-syarat, yaitu usahatani harus dapat menghasilkan cukup pendapatan untuk membayar semua pembelian sarana produksi, cukup untuk membayar bunga modal yang ditanam, cukup untuk membayar upah tenaga kerja yang dibayar atau bentuk-bentuk upah lainnya, ada tabungan untuk investasi pengembangan usahatani, serta

ada dana yang cukup untuk membayar pendidikan keluarga dan melaksanakan ibadah serta pajak pembangunan.

#### **2.4.6. Efisiensi Usahatani**

Efisiensi diartikan sebagai upaya penggunaan input seoptimal mungkin untuk mendapatkan produksi yang maksimal. Menurut Maulidah (2012), efisiensi merupakan gambaran perbandingan terbaik antara suatu usaha dan hasil yang dicapai. Efisien tidaknya suatu usaha ditentukan oleh besar kecilnya hasil yang diperoleh dari usaha tersebut serta besar kecilnya biaya yang diperlukan untuk memperoleh hasil tersebut. Efisiensi ekonomis tertinggi terjadi pada saat keuntungan maksimal yaitu pada selisih antara penerimaan dengan biaya yang paling besar. Dalam keadaan ini banyaknya biaya yang digunakan untuk menambah penggunaan input sama dengan tambahan output yang dapat diterima. Keuntungan maksimal terjadi saat nilai produk marginal sama dengan harga dari masing-masing faktor produksi yang digunakan dalam usahatani (Soekartawi, 1995).

Efisiensi usaha dapat diketahui dengan menghitung perbandingan antara besarnya penerimaan dan biaya yang digunakan dalam proses produksi yaitu dengan menggunakan R/C Ratio (*Return Cost Ratio*). R/C Ratio adalah perbandingan antara total penerimaan dengan biaya total. R/C ratio menunjukkan pendapatan kotor (penerimaan) yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk produksi (Hernanto, 1996).

Efisiensi usaha dapat dihitung dari perbandingan antara besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi, yaitu dengan

menggunakan *Return Cost Ratio* (RCR). Dalam perhitungan analisis sebaiknya R/C dibagi menjadi dua, yaitu R/C yang menggunakan biaya secara riil di keluarkan pengusaha dan R/C yang menghitung semua biaya, baik biaya riil yang dikeluarkan maupun biaya yang tidak riil dikeluarkan (Soekartawi, 2014).

## 2.5. Konsep Pemasaran

Menurut Kotler (2002), pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Kohl dan Uhl (2002) menjelaskan bahwa pemasaran adalah seluruh aktivitas bisnis yang terlibat dalam arus produk dan pelayanan dari titik awal produk tersebut dihasilkan hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen.

Menurut Hasyim (2012), kegunaan yang diciptakan oleh kegiatan tataniaga adalah kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*place utility*), kegunaan waktu (*time utility*) dan kegunaan milik (*possession utility*). Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba (Dharmmerta dan Handoko, 2000). Pemasaran dapat juga dikatakan sebagai suatu proses sosial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mepertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Kotler dan Amstrong (2004), berpendapat bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran peoduk serta nilai dengan produk lain. Definisi konsep pokok pemasaran sebagai berikut:



Sumber : Kotler dan Amstrong, 2004.

Gambar 2. Konsep-Konsep Pokok Pemasaran

Limbong dan Sitorus (1987) menyatakan bahwa pemasaran mencakup segala aktivitas yang diperlukan dalam pemindahan hak milik yang menyelenggarakan saluran fisiknya termasuk jasa-jasa dan fungsi-fungsi dalam menjalankan distribusi barang dari produsen sampai ke konsumen termasuk didalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan-perubahan bentuk dari barang yang ditujukan untuk mempermudah penyaluran dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Sehingga pemasaran dapat didefinisikan sebagai fungsi yang digunakan untuk menggerakkan produk jadi dari produsen hingga konsumen akhir.

## 2.5.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

### a. Lembaga Pemasaran

Lembagaan pemasaran merupakan organisasi bisnis, baik perorangan atau kelompok bisnis yang melaksanakan atau mengembangkan aktivitas bisnis berupa fungsi-fungsi pemasaran untuk meningkatkan nilai guna dari suatu barang baik nilai guna bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan. Kelembagaan pemasaran dalam Asmarantaka (2012) terdiri dari:

1. Pedagang perantara (*merchant middlemen*), merupakan pedagang yang melakukan berbagai fungsi pemasaran dalam pembelian dan penjualan produk dari produsen ke konsumen. Pedagang perantara terdiri dari pedagang pengumpul (*assembler*), pedagang eceran (*retailers*) dan pedagang grosir (*wholesalers*).
2. Agen perantara (*agent middlemen*), merupakan individu yang merupakan perwakilan dari suatu lembaga atau instansi dalam melakukan penanganan produk atau jasa.
3. Spekulator (*speculative middlemen*) merupakan pedagang perantara yang membeli dan menjual produk dengan memanfaatkan fluktuatif harga untuk mencari keuntungan.
4. Pengolah dan industri (*processor and manufacturers*) merupakan individu atau kelompok yang melakukan kegiatan perubahan bentuk dari produk primer menjadi produk setengah jadi atau produk akhir.

5. Organisasi (*facilitative organization*) yaitu kelompok yang dapat membantu kelancaran pelaksanaan pemasaran atau pelaksanaan dari fungsi-fungsi pemasaran.

Menurut Kohl dan Uhl (2002) lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran digolongkan menjadi lima kelompok diantaranya :

- a. Pedagang perantara (*merchant middlemen*) adalah perantara yang memiliki hak dan menguasai produk yang mereka tangani. Mereka membeli dan menjual produk tersebut untuk mendapatkan keuntungan sendiri. Yang termasuk ke dalam pedagang perantara ini adalah retail dan pedagang grosir.
- b. Agen perantara (*agent middlemen*) adalah perwakilan dari institusi atau lembaga mereka tidak memiliki kekuasaan atas produk tersebut. Agen perantara mendapatkan keuntungan komisi dari penanganan atas produk yang dikehendaki oleh lembaga atau institusi. Agen perantara meliputi pencari komisi (*commission men*) dan *broker*.
- c. Spekulator (*speculative middlemen*) adalah perantara yang melakukan pembelian dan penjualan atas produk dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari pergerakan harga.
- d. Pengolahan dan pabrikan (*processors and manufacture*) adalah lembaga yang menangani produk dan merubah bentuk produk yaitu bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau produk akhir.
- e. Organisasi (*facilitative organizations*) adalah lembaga yang membantu agar aktivitas berjalan dengan lancar.

Limbong dan Sitorus (1987) mendefinisikan lembaga-lembaga pemasaran dapat digolongkan berdasarkan fungsi yang dilakukannya seperti penguasaan terhadap barang, kedudukan dalam struktur pasar, dan bentuk usaha.

- 1) Berdasarkan fungsi yang dilakukan, lembaga pemasaran dapat dibedakan atas:
  - a. Lembaga fisik pemasaran yaitu lembaga-lembaga yang menjalankan fungsi fisik pemasaran, meliputi: lembaga pengolahan, lembaga pengangkutan, pergudangan;
  - b. Lembaga perantara pemasaran yaitu suatu lembaga yang khusus mengadakan fungsi pertukaran, seperti: pedagang pengecer, grosir, dan lembaga perantara lainnya;
  - c. Lembaga fasilitas pemasaran yaitu lembaga-lembaga yang melaksanakan fungsi-fungsi fasilitas seperti: Bank, Badan Perkreditan, dan KUD.
- 2) Berdasarkan penguasaan suatu badan terhadap barang dan jasa, lembaga pemasaran terdiri dari:
  - a. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki tetapi menguasai barang, antara lain agen, perantara dan broker;
  - b. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai barang, seperti pedagang pengumpul pedagang pengecer, pedagang besar, eksportir dan importir;
  - c. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai barang, seperti badan transportasi, pergudangan, dan asuransi.
- 3) Penggolongan lembaga pemasaran menurut kedudukannya dalam struktur pasar dapat digolongkan sebagai berikut;
  - a. Lembaga pemasaran yang bersaing sempurna, seperti pedagang pengecer rokok, pengecer beras, dan lain-lain;
  - b. Lembaga pemasaran bersaing monopolistik, seperti pedagang

asinan, pedagang benih, pedagang bibit, dan lain-lain; c. Lembaga pemasaran oligopolis; dan d. Lembaga pemasaran monopoli.

- 4) Penggolongan lembaga pemasaran berdasarkan bentuk usahanya, dapat digolongkan atas; a. Berbadan hukum; b. Tidak berbadan hukum.

#### **b. Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses menjadikan produk atau jasa siap digunakan untuk dikonsumsi (Kotler, 2002). Saluran pemasaran dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan atau perorangan atau serangkaian lembaga-lembaga pemasaran yang mengambil alih hak atas barang dan jasa tertentu selama barang dan jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen (Limbong dan Sitorus, 1987).

Menurut Limbong dan Sitorus (1987) penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen tidak dapat dilakukan oleh produsen itu sendiri dikarenakan jarak antara produsen dengan konsumen berjauhan, maka fungsi lembaga pemasaran sangat diharapkan untuk menggerakkan produk dari produsen hingga ke konsumen. Perantara ini bisa dalam bentuk perseorangan, perserikatan ataupun perseroan. Fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas ini akan dilakukan oleh lembaga-lembaga perantara tersebut. Lembaga pemasaran ini harus tepat waktu dalam penyaluran barang dan jasa terutama produk pertanian karena sifat dari produk tersebut adalah mudah rusak, volume yang besar dan cepat busuk sehingga dibutuhkan penanganan khusus terhadap produk tersebut.

Menurut Kotler (1996) ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada. Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- (1) Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (*zero stage chanel*).
- (2) Saluran disrtibusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (*one stage chanel*).
- (3) Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distrinusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).
- (4) Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada took-toko kecil.

Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*).

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), panjang saluran pemasaran tergantung pada:

1. Jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen maka makin panjang pula saluran tataniaga yang terjadi.
2. Skala produksi. Semakin besar skala produksi, saluran yang terjadi cenderung panjang karena memerlukan pedagang perantara dalam penyalurannya.
3. Cepat tidaknya produksi rusak. Produk yang mudah rusak menghendaki saluran pemasaran yang pendek karena harus segera diterima konsumen.
4. Posisi keuangan pengusaha. Pedagang dengan posisi keuangan yang kuat cenderung dapat melakukan lebih banyak fungsi pemasaran dan memperpendek saluran pemasaran.

#### **2.5.2. Fungsi-Fungsi Pemasaran**

Limbong dan Sitorus (1987) menyatakan bahwa proses penyampaian barang dari tingkat produsen ke tingkat konsumen diperlukan tindakan-tindakan untuk memperlancar kegiatan tersebut, kegiatan tersebut dinamakan fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran dikelompokkan menjadi tiga fungsi utama, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas (Kohl dan Uhl 2002).

Fungsi pertukaran (*exchange function*) adalah kegiatan yang berhubungan dengan pemindahan kepemilikan barang dan jasa yang dipasarkan mulai dari produsen kepada konsumen. Fungsi pertukaran meliputi fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi pembelian dimulai dengan pencarian pemasok kemudian

mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang akan dijual kepada konsumen untuk memenuhi permintaan akhir konsumen. Fungsi penjualan merupakan kegiatan yang meliputi pencarian tempat, waktu, pengemasan, saluran pemasaran yang tepat untuk melakukan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Fungsi fisik (*physical function*) adalah semua tindakan yang berhubungan dengan barang dan jasa sehingga proses tersebut menimbulkan kegunaan tempat, kegunaan bentuk dan kegunaan waktu. Fungsi fisik terdiri dari (1) fungsi penyimpanan, merupakan kegiatan untuk membuat produk selalu tersedia pada waktu yang dibutuhkan; (2) fungsi pengangkutan, merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyediakan barang dan jasa di daerah konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen menurut waktu, jumlah dan mutu; (3) fungsi pengolahan, merupakan kegiatan untuk meningkatkan nilai tambah pada barang dan jasa dengan cara mengolah bahan baku menjadi komoditi yang dibutuhkan oleh konsumen.

Fungsi fasilitas (*facilitating function*) adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan pertukaran barang dan jasa antara produsen dan konsumen. Fungsi fasilitas meliputi (1) fungsi standarisasi merupakan suatu keseragaman dalam penentuan kualitas dan kuantitas produk yang akan diproduksi, sedangkan grading adalah pengelompokkan atau pengklasifikasian hasil-hasil produk menurut standarisasi yang diinginkan; (2) fungsi pembiayaan adalah penyediaan biaya untuk berbagai keperluan produksi dan pemasaran; (3) fungsi penanggungungan risiko adalah penerimaan kemungkinan kehilangan selama

proses pemasaran produk akibat dari risiko fisik maupun risiko pasar; (4) fungsi informasi pasar merupakan kegiatan mengumpulkan informasi pasar dan menafsirkan informasi tersebut.

### **2.5.3. Biaya Pemasaran**

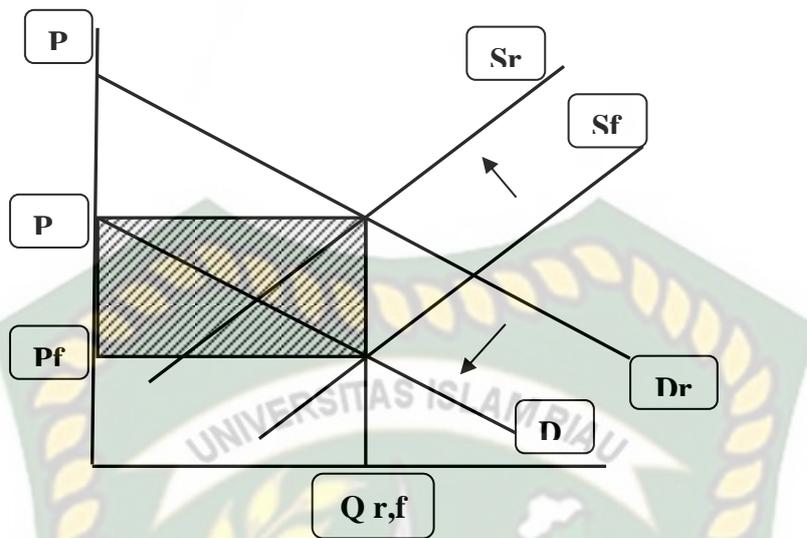
Biaya pemasaran (*marketing cost*) adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari produsen sampai ke konsumen.. Pengeluaran ini untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksinya dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran dan laba yang diterima oleh lembaga bersangkutan (Hanafiah dan Saefuddin 1986). Besarnya biaya pemasaran yang berbeda antara satu dengan yang lain dapat disebabkan karena: (1) jenis komoditas, (2) lokasi pemasaran, dan (3) macam lembaga pemasaran dan efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002).

Menurut Mulyadi (2005), biaya pemasaran adalah meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan di simpan dalam gudang dan sampai pada saat produk tersebut diubah kembali dalam bentuk tunai. Penggolongan biaya pemasaran menurut Mulyadi (2005), secara garis besar biaya pemasaran dapat dibagi menjadi dua golongan: (1) Biaya untuk mendapatkan pesanan (*order getting costs*) yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan. (2) Biaya untuk memenuhi pesanan (*order filling costs*) yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ke tangan pembeli dan biaya-biaya untuk mengumpulkan piutang dari pembeli. Biaya pemasaran meliputi: biaya angkutan, biaya pengiriman, pungutan retribusi dan lain-lain.

#### 2.5.4. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan antara apa yang konsumen bayar untuk suatu barang dan jasa dan apa yang petani/produsen terima. Harga semua barang serta penambahan aktivitas dan fungsi keragaan dari pemasaran perusahaan. Harga tersebut termasuk biaya pemasaran dan juga keuntungan pemasaran perusahaan. Margin pemasaran dapat juga merupakan perbedaan harga dari tingkat produsen dengan harga di tingkat lembaga pertama, atau perbedaan harga yang terjadi antara lembaga yang satu dengan lembaga pemasaran lainnya dalam saluran pemasaran komoditi yang sama (Limbong dan Sitorus, 1987).

Menurut Dahl dan Hammond (1977) mendefinisikan margin pemasaran sebagai perbedaan harga di tingkat petani (Pf) dengan harga pedagang pengecer (Pr). Nilai margin pemasaran (*value or marketing margin*) merupakan perkalian antara margin pemasaran dengan volume produk yang terjual  $(Pr - Pf) \times Q_{rf}$  yang mengandung pengertian *marketing cost* (biaya-biaya pemasaran) dan *marketing changes* (lembaga pemasaran). Besarnya nilai margin Pemasaran yang merupakan hasil perkalian dari perbedaan harga pada dua tingkat lembaga pemasaran (dalam hal ini selisih harga eceran dengan harga petani) dengan jumlah produk yang dipasarkan. Semakin besar perbedaan harga antara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat, terutama antara harga yang terjadi di tingkat eceran dengan harga yang diterima petani, maka semakin besar pula margin pemasaran dari komoditi yang bersangkutan. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Margin Pemasaran.

Sumber : Hammond dan Dahl, 1977 dan Tomek dan Robinson, 1990 dalam Asmarantaka (2012)

Keterangan :

$P_r$  = Harga di tingkat konsumen akhir

$P_f$  = Harga di tingkat petani

$S_r$  = Penawaran di konsumen akhir

$S_f$  = Penawaran di tingkat petani

$D_r$  = Permintaan di konsumen akhir

$D_f$  = Permintaan di tingkat petani

$Q_{r,f}$  = Jumlah produk di tingkat petani dan konsumen akhir

Menurut Limbong dan Sitorus (1987) tinggi atau rendahnya margin pemasaran tidak selamanya dapat digunakan sebagai ukuran efisiensi kegiatan pemasaran. Tingginya margin pemasaran dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang berpengaruh dalam proses kegiatan pemasaran antara lain, ketersediaan

fasilitas fisik pemasaran meliputi pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, risiko kerusakan dan lain-lain (Limbong dan Sitorus, 1987).

#### **2.5.5. Keuntungan Pemasaran**

Keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayarkan oleh pembeli terakhir (margin setelah dikurangi biaya pemasaran). Keuntungan pemasaran adalah selisih antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dalam melaksanakan pemasaran dari proses pengalihan barang ke konsumen (Soekartawi 1993).

Manfaat dari analisis keuntungan menurut Lipsey *et all.*, 1995, untuk menilai sejauh mana perubahan menggunakan sumber daya langka dengan sebaik-baiknya. Besarnya keuntungan usaha pedagang lateks karet tergantung pada besarnya penerimaan dan pengeluaran selama jangka waktu yang ditetapkan. Oleh karena itu, tujuan dari perusahaan ataupun pedagang adalah untuk memaksimalkan keuntungan usahanya agar pedagang memperoleh keuntungan maka pedagang harus memaksimalkan penerimaan dan meminimumkan biaya.

Tingkat efisiensi pemasaran dapat juga diukur melalui besarnya rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. Rasio keuntungan dan biaya pemasaran didefinisikan sebagai besarnya keuntungan yang diterima atas biaya pemasaran yang dikeluarkan. Dengan demikian semakin meratanya penyebaran rasio keuntungan dan biaya yang diperoleh lembaga pemasaran yang terlibat, maka dari segi operasional sistem pemasaran tersebut semakin efisien (Limbong dan Sitorus, 1987).

### 2.5.6. Efisiensi Pemasaran

Sistem pemasaran yang efisien akan tercipta apabila seluruh lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan memperoleh kepuasan dengan aktivitas pemasaran tersebut (Limbong dan Sitorus, 1987). Penurunan biaya input dari pelaksanaan pekerjaan tertentu tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan output barang dan jasa, menunjukkan efisiensi. Setiap kegiatan fungsi pemasaran memerlukan biaya yang selanjutnya diperhitungkan ke dalam harga produk. Lembaga pemasaran menaikkan harga per satuan kepada konsumen atau menekan harga di tingkat produsen. Dengan demikian efisiensi pemasaran perlu dilakukan melalui penurunan biaya pemasaran.

Efisiensi pemasaran dapat diukur melalui dua cara yaitu efisiensi operasional dan harga. Menurut Dahl dan Hammond (1977) efisiensi operasional menunjukkan biaya minimum yang dapat dicapai dalam pelaksanaan fungsi dasar pemasaran yaitu pengumpulan, transportasi, penyimpanan, pengolahan, distribusi dan aktivitas fisik dan fasilitas. Efisiensi harga menunjukkan pada kemampuan harga dan tanda-tanda harga untuk penjual serta memberikan tanda kepada konsumen sebagai panduan dari penggunaan sumber daya produksi dari sisi produksi dan pemasaran. Dengan menggunakan konsep biaya pemasaran, suatu sistem pemasaran dikatakan efisiensi bila dapat dilaksanakan dengan biaya yang rendah.

Hanafiah dan Saefuddin (1986), menambahkan bahwa pasar yang tidak efisien akan terjadi jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Karena itu efisiensi pemasaran akan

terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, %tase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen dapat lebih tinggi, dan tersedia fasilitas fisik pemasaran, serta adanya kompetisi pasar yang lebih sehat.

#### **2.5.7. Farmer's share**

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi operasional dalam kegiatan pemasaran adalah dengan menghitung bagian yang diterima oleh petani (*farmer's share*). *Farmer's share* merupakan perbandingan %tase harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayar di tingkat konsumen akhir. *Farmer's share* mempunyai nilai yang relatif rendah jika harga di tingkat konsumen akhir relatif lebih tinggi dibanding harga yang diterima oleh petani. Sebaliknya, *farmer's share* mempunyai nilai yang relatif lebih tinggi jika harga di tingkat konsumen akhir tidak terpaut jauh dibanding harga yang diterima oleh petani. Secara matematis, *farmer's share* dihitung sebagai berikut (Asmarantaka 2012):

$$F'S = \{Pr / Pf\} \times 100\%$$

Keterangan:

Fsi : %tase yang Diterima Petani

Pr : Harga di Tingkat Konsumen

Pf : Harga di Tingkat Petani

#### **2.6. Penelitian Terdahulu**

Supriyanto dkk (2015) melakukan penelitian dengan judul Analisis Usahatani Dan Pemasaran Jagung di Desa Sumber Makmur Kecamatan

Lubuk Pinang Kabupaten Mukomuko. Penelitian ini bertujuan menghitung besarnya pendapatan usahatani jagung, efisiensi petani jagung, dan Untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran usaha serta efisiensi pemasaran jagung di Desa Sumber Makmur. Lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (purposive). Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 44 petani. Dengan metode pengumpulan data secara observasi, wawancara, riset lapangan, riset kepustakaan. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah metode analaisi penerimaan, analisis biaya, analisis pendapatan, analisis efisiensi, sedangkan untuk pemasaran menggunakan analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Dari hasil penelitian diketahui bahwa jumlah rata-rata produksi usahatani jagung adalah 6,05 kg, total penerimaan petani sebesar Rp. 18.163.636,36/Ha/Mt atau 19.969.805,19 /Ha/Mt, dengan pendapatan usaha tani jagung adalah Rp. 11.500.996,97/Ut/Mt atau Rp. 12.441.727,01/ Ha/Mt , dengan nilai R/C Ratio lebih dari satu ( $>1$ ) yaitu sebesar 2,68 yang artinya usahatani jagung desa Sumber Makmur telah Efisien, Di Desa Sumber Makmur terdapat 3 saluran pemasaran. Margin pemasaran terkecil terletak pada saluran pemasaran yang paling pendek atau saluran 2 dan Margin pemasaran terbesar terletak pada saluran pemasaran yang paling panjang atau saluran 1. Saluran pemasaran yang paling menguntungkan petani adalah saluran ke-2 karena share yang diterima oleh petani akan lebih besar. Efisiensi pemasaran jagung yang paling efisien berada pada saluran 2 yaitu diukur dari sebaran total share ke untung pemasaran yaitu total share

keuntungan pemasaran pada saluran 1 lebih kecil dibandingkan pada saluran 2 ( $0,13 < 0,17$ ).

Rusmininsyah (2018) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Usahatani dan Pemasaran Jagung Hibrida di Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengetahui produksi dan pendapatan usahatani jagung; (2) mengetahui efisiensi usahatani; (3) mengetahui saluran dan efisiensi pemasaran jagung di Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei. Unit analisis adalah usahatani jagung hibrida di Kecamatan Lambu Kabupaten Bima, dan pedagang-pedagang yang ikut serta dalam menyalurkan hasil produk jagung hibrida dari petani produsen hingga konsumen akhir. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Desa sampel adalah Desa Sumi dan Nggelu, yang ditentukan secara “*Purposive Sampling*” dengan pertimbangan memiliki jumlah produksi jagung hibrida yang cukup banyak. Jumlah responden ditentukan secara Quota Sampling yaitu 30 petani responden yang terdistribusi masing-masing 15 orang petani responden di setiap desa sampel. Responden lembaga pemasaran ditentukan secara snow ball sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: analisis deskriptif, biaya dan pendapatan, dan efisiensi pemasaran yang meliputi margin pemasaran, share petani dan distribusi keuntungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Rata-rata pendapatan usahatani jagung hibrida di Kecamatan Lambu Kabupaten Bima tahun 2017 sebesar Rp.

12.591.483/LLG atau Rp. 9.748.245/ha; (2) R/C pada usahatani jagung hibrida adalah 1,78 ( $R/C \geq 1$ ) yang berarti usahatani jagung hibrida di Kecamatan Lambu Kabupaten Bima secara finansial layak diusahakan; (3) Terdapat dua saluran pemasaran jagung hibrida, yaitu saluran I dari produsen, pedagang pengumpul desa (PPD), pedagang antar pulau (PAP) dan saluran II yaitu dari produsen/petani, PAP (Pembeli Akhir), kedua saluran I dan II adalah efisien.

Meilisa dan Syarifah (2017) melakukan penelitian yang berjudul Studi Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Jagung Manis (*Zea Mays L. Saccharata*) di Desa Manunggal Daya Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan dan proses pemasaran usahatani jagung manis di Desa Manunggal Daya, Kecamatan Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, mulai Maret sampai Mei 2017, yang berlokasi di Desa Manunggal Daya, Kecamatan Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan besarnya pendapatan untuk usahatani jagung manis di Desa Manunggal Daya Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara adalah sebesar Rp. 250.307.081,11/MT dengan rata-rata sebesar Rp.7.585.063,06 per responden atau Rp. 9.369.149,60 ha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran di Desa Manunggal Daya Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara merupakan saluran Tri Tingkat (tiga tingkat), marjin pemasaran (pedagang

tengkulak rata-rata Rp. 428,5/kg, pedagang pengumpul rata-rata Rp. 285,71/kg, pedagang pengecer rata-rata Rp. 1.199,14/kg). *Famer's share* (petani 55,35%, pedagang tengkulak 65,35%, pedagang pengumpul 72,02%, pedagang pengecer 100,00%), keuntungan pemasaran (pedagang tengkulak rata-rata Rp. 357,14/kg, pedagang pengumpul rata-rata Rp 275,71/kg, pedagang pengecer rata-rata Rp. 870,57 /kg).

Rahmi (2017) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Usahatani Dan Pemasaran Jagung (Studi Kasus: Desa Pamah, Kecamatan Tanah Pinem, Kabupaten Dairi). Tujuan penelitian adalah: untuk menjelaskan produktivitas jagung dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas jagung, menjelaskan struktur biaya produksi usahatani jagung dan menjelaskan besarnya pendapatan usahatani jagung serta menganalisis tingkat efisiensi usahatani jagung, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usahatani jagung, menjelaskan perkembangan harga jagung dan menjelaskan sistem pemasaran jagung serta tingkat efisiensi jagung di daerah penelitian. Metode penentuan daerah penelitian ditentukan secara *purposive* (sengaja). Metode analisis untuk menggunakan deskriptif kualitatif dan kuantitatif, Fungsi Produksi model Coob-Douglas, model Regresi Linier Berganda dan Regresi moden Tren Linier.

Hasil peneilitian menunjukkan produktivitas jagung di daerah penelitian sebesar 8,56 ton/ha sudah tergolong tinggi. Secara serempak semua faktor produksi berpengaruh nyata terhadap produktivitas jagung. Namun secara parsial faktor produksi yang berpengaruh nyata hanya jumlah

pupuk Urea, NPK dan tenaga kerja. Struktur biaya produksi usahatani jagung didominasi oleh komponen biaya saprotan (sarana produksi tanaman) yang terdiri dari biaya bibit, biaya pupuk dan biaya herbisida sebesar 51, 28%. Usahatani jagung di daerah penelitian adalah usahatani yang menguntungkan dan efisien. Secara serempak semua faktor biaya produksi berpengaruh nyata terhadap pendapatan usahatani jagung di daerah penelitian. Namun secara parsial faktor biaya produksi yang berpengaruh nyata hanya biaya sewa lahan, penyusutan, bibit, pupuk TSP, pupuk Phonsca, pupuk NPK dan goni. Perkembangan harga jagung di Kabupaten Dairi dari tahun 2005 – 2010 berfluktuasi namun cenderung meningkat dengan peningkatan harga sebesar Rp 54,9 setiap 3 bulannya. Sistem pemasaran jagung di daerah penelitian tergolong sudah efisien dengan nilai efisiensi  $1,2 > 1$ .

Sultan dan Antara (2016) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pendapatan Usahatani Jagung Manis Pada Kelompok Tani Sukamaju I di Desa Bulupontu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Tujuan yang diinginkan dan dicapai dari penelitian ini ialah untuk mengetahui besar pendapatan usahatani Jagung Manis pada Kelompok Tani Sukamaju I di Desa Bulupontu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penentuan responden dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* (Sampel acak sederhana) dengan jumlah anggota populasi yang ada sebanyak 90 petani Jagung Manis. Metode analisis data secara

deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh petani jagung manis di Desa Bulupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi sebesar Rp. 10.962.812/0,45ha/MT atau Rp. 243.618,0/ha/MT, dengan total biaya yang dikeluarkan Rp. 1.503.371,87/0,45 ha/MT atau Rp. 334.159,71/ha/MT. Usahatani jagung manis menguntungkan dan efisien.

## **2.7. Kerangka Berpikir Penelitian**

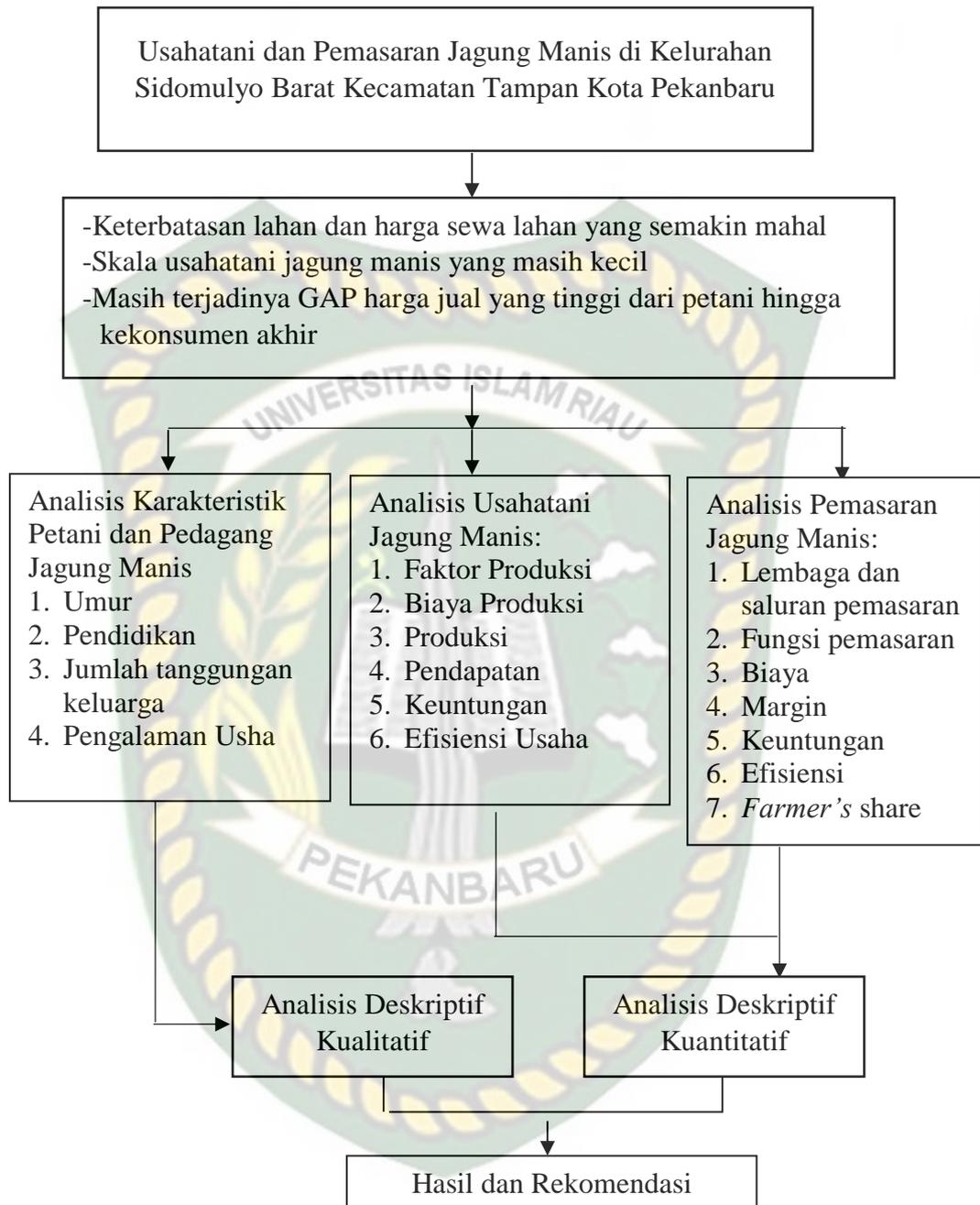
Jagung Manis sebagai varietas baru yang dihasilkan dalam dunia pertanian terus berkembang seiring dengan kebutuhan pangan dan inovasi pengolahan dari jagung manis. Pekanbaru merupakan ibukota Provinsi Riau sebagai pusat ekonomi dan perdagangan menjadi peluang bagi petani jagung manis di Kota Pekanbaru hal ini dilihat dari berkembangnya usaha jagung bakar, kue jagung dan es jagung yang berbahan dasar dari jagung manis.

Luas lahan dan produksi jagung manis mengalami peningkatan namun petani dihadapkan pada persoalan lahan, dimana lahan yang digunakan petani merupakan lahan sewa dan luasnya semakin terbatas, sehingga harga sewa lahan semakin meningkat yang mengakibatkan biaya usahatani semakin tinggi.

Tingginya biaya yang di keluarkan petani jagung manis sehingga modal yang digunakan semakin banyak, sedangkan modal yang dimiliki petani terbatas sehingga petani berusaha untuk memaksimalkan penggunaan modal yang dimiliki dengan harapan produksi yang di hasilkan maksimal. Selain mengharapkan produksi yang maksimal petani juga mengharapkan harga jual yang lebih tinggi, strategi petani agar dapat harga jual yang tinggi mereka

menjadwalkan panen pada saat kebutuhan jagung manis meningkat yaitu pada bulan Ramadhan dan tahun baru masehi. Sifat jagung manis yang tidak tahan lama sehingga petani harus cepat menjualnya produksinya dengan cara menjual secara partai besar melalui toke (pedagang), hal ini yang menyebabkan petani tidak mampu memasarkan seluruh produksinya langsung ke konsumen akhir.

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan uraian tujuan yaitu untuk menganalisis: (1) karakteristik petani dan pedagang (meliputi umur, lama pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga); (2) Penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani jagung manis; (3) Lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya, margin, keuntungan, efisiensi dan *farmer's share* pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Kerangka pemikiran penelitian lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kerangka Pemikiran Penelitian

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) atas dasar pertimbangan bahwa di daerah tersebut merupakan salah satu sentra produksi tanaman jagung manis di Kota Pekanbaru.

Penelitian ini akan dilaksanakan selama empat bulan yang dimulai dari bulan November 2019 sampai Februari 2020, dengan tahapan kegiatan meliputi penyusunan usulan penelitian, pengumpulan data di lapangan, tabulasi data dan analisis data, penulisan laporan, seminar proposal, seminar hasil penelitian, perbaikan dan perbanyak laporan.

#### 3.2. Teknik Pengambilan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani dan pedagang jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat, jumlah petani jagung manis sebanyak 18 petani, 2 pedagang pengumpul dan 9 pedagang pengecer, seluruh petani dan pedagang di jadikan responden, dan pengambilan sampel dilakukan secara sensus.

#### 3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari responden, pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data yang dikumpulkan meliputi karakteristik (umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan

pengalaman usaha), faktor produksi dan biaya usahatani (luas lahan, penggunaan benih, penggunaan pupuk, penggunaan pestisida, penggunaan tenaga kerja) jumlah produksi, harga jual petani, jumlah penjualan, jumlah pembelian, biaya pemasaran (biaya transportasi), harga pokok, harga jual, cara penjualan dan pembelian, perlakuan petani dan pedagang terhadap jagung manis.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga/instansi terkait seperti laporan-laporan, skripsi, jurnal dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian, serta penunjang bersumber dari BPS, Kelurahan dan Camat seperti data: luas dan produksi jagung, keadaan geografis daerah penelitian, jumlah penduduk, tingkat pendidikan penduduk, keadaan sosial ekonomi penduduk setempat dan keadaan pertanian.

### **3.4. Konsep Operasional**

Menghindari kesalahpahaman agar tidak menimbulkan pengertian yang berbeda sekaligus memudahkan dalam penyusunan serta pelaksanaan penelitian ini maka dibuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

1. Petani jagung manis adalah petani yang berusaha jagung manis pada suatu lahan dengan mengorganisir modal, tenaga kerja dan manajemen yang berorientasi pada pasar hingga menghasilkan produk dan memperoleh keuntungan dari usahatannya.
2. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang jagung manis langsung dari petani yang berada di Kelurahan Sidomulyo Barat.
3. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli jagung manis dari pedagang pengumpul tersebut dan selanjutnya menjual ke pedagang pengecer.

4. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli jagung manis dari pedagang besar dan selanjutnya menjual ke konsumen akhir.
5. Lama pendidikan petani adalah jenjang pendidikan formal yang ditempuh dan diselesaikan oleh petani dalam bangku sekolah (tahun).
6. Jumlah tanggungan keluarga petani adalah seluruh orang yang berada dalam satu keluarga dan satu rumah (jiwa).
7. Pengalaman usahatani berkaitan dengan kemampuan petani dalam berusahatani, pengalaman petani berusahatani jagung manis dihitung dalam jumlah tahun sejak petani mulai melakukan usahatani jagung manis (tahun).
8. Musim tanam adalah berapa kali dilakukan masa cocok tanam dalam setahun.
9. Luas lahan adalah luas lahan yang digunakan oleh petani untuk menanam jagung manis (Ha/MT).
10. Benih adalah jumlah benih jagung manis yang digunakan untuk satu kali musim tanam (Kg/Ha/MT).
11. Penggunaan pupuk adalah sejumlah nutrisi yang digunakan petani dalam usahatani jagung manis untuk satu kali musim tanam (pupuk kandang, Urea, NPK, KCl dan TSP) (Kg/Ha/MT). Penggunaan pestisida adalah bahan untuk mengendalikan, mencegah atau membasami organisme pengganggu tanaman, yang digunakan untuk satu kali musim tanam (Liter/Ha/MT).
12. Biaya penyusutan adalah metode pengalokasian biaya tetap untuk menyusutkan nilai aset secara sistematis selama periode manfaat dari aset tersebut (Rp/Ha/MT)

13. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada volume produksi. Petani harus membayar berapapun jumlah produksi yang dihasilkan meliputi, penyusutan alat, nilai sewa lahan, dan pajak lahan usaha. Biaya tetap diukur dalam satuan rupiah (Rp/Ha/MT)
14. Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya produksi yang habis digunakan dalam satu kali proses produksi atau satu kali musim tanam dan tergantung pada volume produksi. Dalam penelitian ini yang termasuk biaya variabel adalah luas lahan, benih, pupuk, dan tenaga kerja. Biaya variabel diukur dalam satuan (Rp/Ha/MT)
15. Biaya produksi adalah total biaya yang dikeluarkan dalam usahatani jagung manis, yaitu jumlah faktor/sama produksi yang digunakan dikali harga faktor/sarana produksi tersebut yang dinyatakan dalam rupiah (Rp/Ha/MT)
16. Produksi Jagung manis adalah jumlah output atau hasil panen jagung dari luas lahan petani selama satu kali musim tanam dalam buah yang diukur dalam satuan berat (Kg/Ha/MT).
17. Produktivitas adalah kemampuan lahan menghasilkan jagung manis yang diukur dengan cara membagi antara produksi di bagi dengan luas lahan (Kg/Ha)
18. Harga jual adalah nilai tukar jagung manis per kilogram pada waktu petani menjual hasil produksi ke pedagang dalam satuan rupiah (Rp/ kg).
19. Pendapatan kotor adalah hasil produksi di kali dengan harga jual jagung manis (Rp/Ha/MT).

20. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan biaya produksi (Rp/Ha/MT).
21. Efisiensi usahatani adalah perbandingan pendapatan kotor dengan biaya produksi usahatani jagung manis.
22. Pemasaran jagung manis adalah suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyalurkan jagung manis dari petani (produsen) sampai kepada pedagang (besar, pengumpul dan pengecer).
23. Saluran jagung manis adalah jalur atau saluran pemasaran yang digunakan untuk menyalurkan jagung manis dari produsen ke pedagang (besar, pengumpul dan pengecer) selaku konsumen akhir.
24. Lembaga pemasaran jagung manis adalah orang atau badan yang terlibat dalam penyaluran jagung manis dari petani ke pedagang jagung manis.
25. Fungsi lembaga pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan jagung manis dari produsen ke konsumen yang meliputi fungsi pertukaran, fisik, fasilitas dan pendukung.
26. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli jagung manis langsung dari petani yang berada di Kelurahan Sidomulyo Barat.
27. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli jagung manis dari pedagang pengumpul tersebut dan selanjutnya menjual ke pedagang pengecer.
28. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli jagung manis dari pedagang besar dan selanjutnya menjual ke konsumen akhir.

29. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam mendistribusikan jagung manis dari produsen ke konsumen seperti: biaya timbang, biaya bongkar muat dan biaya transportasi (Rp/Kg).
30. Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer untuk pembayaran upah angkut dari petani ke pedagang pengumpul dan dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer (Rp/Kg)
31. Margin pemasaran adalah selisih atau perbedaan harga yang di terima oleh petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer jagung manis (Rp/kg)
32. Keuntungan pemasaran adalah margin pemasaran dikurangi dengan biaya pemasaran (Rp/Kg).
33. *Farmer's share* adalah bagian yang diterima oleh petani. *Farmer's Share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayarkan konsumen akhir yang dinyatakan dalam bentuk persentase.
34. Efisiensi pemasaran adalah hasil bagi total biaya pemasaran dengan total nilai produksi yang dipasarkan (%).

### 3.5. Analisi Data

Data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung di lapangan dengan wawancara kepada petani jagung manis menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) sesuai dengan tujuan penelitian maka digunakan perhitungan dibawah ini:

### 3.5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis

Karakteristik petani dan pedagang jagung manis dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan keadaan atau gambaran mengenai karakteristik petani dan pedagang jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat. Karakteristik petani dan pedagang yang dianalisis antara lain meliputi: umur, lama pendidikan, pengalaman, dan jumlah tanggungan keluarga.

### 3.5.2. Analisis Usahatani Jagung Manis

Dalam menganalisis usahatani dengan menghitung biaya, pendapatan, dan efisiensi usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat dianalisis dengan deskriptif kualitatif dan kuantitatif yaitu sebagai berikut:

#### 1. Faktor Produksi

Untuk mengetahui penggunaan faktor-faktor produksi yang dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu : luas lahan, benih, pupuk, dan pestisida, tenaga kerja dan modal. Data- data yang telah dikumpulkan selanjutnya ditabulasi untuk dihitung rata-ratanya kemudian di interpretasikan.

#### 2. Analisis Biaya

Biaya total (*total cost*) adalah seluruh biaya yang dikeluarkan pada usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat. Soekartawi (2006), menyatakan bahwa biaya usahatani biasanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2006):

$$TC = TVC + TFC \dots\dots\dots (1)$$

$$TC = (X1.P_{X1}) + (X2.P_{X2}) + (X3.P_{X3}) + (X4.P_{X4}) + (X5.P_{X5}) + (X6.P_{X6}) + D \quad (2)$$

Keterangan:

- TC = Total biaya produksi (Rp/Ha/MT)
- TVC = Biaya variabel (Rp/Ha/MT)
- TFC = Biaya tetap (Rp/Ha/MT)
- X1 = Jumlah Benih (Kg/Ha/MT)
- P<sub>X1</sub> = Harga Benih (Rp/Kg)
- X2 = Jumlah pupuk Kandang (Kg/Ha/MT)
- P<sub>X2</sub> = Harga pupuk kandang (Rp/kg)
- X3 = Jumlah pupuk (Urea, KCl dan NPK) (Kg/Ha/MT)
- P<sub>X3</sub> = Harga pupuk (Urea, KCl dan NPK) (Rp/Kg)
- X4 = Jumlah pestisida (botol atau liter/Ha/MT)
- P<sub>X4</sub> = Harga pestisida ( Rp/botol atau liter)
- X5 = Jumlah tenaga kerja (HOK/Ha/MT)
- P<sub>X5</sub> = Upah tenaga kerja (Rp/HOK)
- X6 = Luas Lahan (Ha)
- P<sub>X6</sub> = Biaya Sewa Lahan (Rp/ Ha))
- D = Nilai penyusutan alat (Rp/MT)

Untuk menghitung penyusutan alat-alat pertanian digunakan rumus yang dikemukakan oleh Hernanto (1996), dengan rumus:

$$D = \frac{NB - NS}{UE} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

- D : Depresiasi atau penyusutan alat dan mesin (Rp/unit/MT)
- NB : Harga Beli (Rp/unit)

NS : Nilai Sisa (20% dari Harga Beli) (Rp/unit/MT)

UE : Usia Ekonomis (Tahun)

### 3. Pendapatan Kotor (*Gross Income*)

Pendapatan kotor (*gross income*) atau penerimaan (*total revenue*) merupakan hasil perkalian antara produksi dengan harga jual output pada suatu periode tertentu. Pendapatan kotor yang dihitung menggunakan rumus menurut Soekartawi (2001), yaitu:

$$TR = Y \cdot P_y \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

TR = Pendapatan kotor/ penerimaan (Rp/Ha/MT)

Y = Produksi Jagung (Kg/Ha/MT)

P = Harga jual jagung (Rp/kg)

### 4. Pendapatan Bersih (*net income*)

Pendapatan bersih (*net income*) atau keuntungan (*profit*) merupakan selisih antara penerimaan dan pengeluaran usaha, pendapatan bersih berguna untuk mengukur imbalan yang diperoleh dari penggunaan faktor-faktor produksi (Suratiyah, 2015). Untuk menghitung pendapatan bersih pada jagung manis menggunakan rumus menurut sebagai berikut (Soekartawi, 2006):

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

$\pi$  = Keuntungan (Rp/Ha/MT)

TR = Pendapatan kotor/ peneriman (Rp/Ha/MT)

TC = Total biaya produksi (Rp/Ha/MT)

## 5. Efisiensi Usahatani (RCR)

R/C Ratio atau (RCR) menunjukkan pendapatan kotor (penerimaan) yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk produksi (Hernanto, 1996). Untuk mengetahui tingkat efisiensi usahatani jagung manis menggunakan perhitungan *Return Cost Ratio* menurut Soekartawi (2014) sebagai berikut :

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan :

RCR = *Return Cost Ratio*

TR = Pendapatan kotor/ penerimaan (Rp/Ha/MT)

TC = Total biaya produksi (Rp/Ha/MT)

Kriteria yang digunakan dalam penilaian efisiensi usaha adalah :

RCR > 1 berarti usahatani jagung manis sudah efisien dan menguntungkan.

RCR = 1 berarti usahatani jagung manis berada pada titik impas (BEP).

RCR < 1 berarti usahatani jagung manis tidak menguntungkan (rugi).

### 3.5.3. Analisis Pemasaran Jagung Manis

Pemasaran jagung manis dengan menganalisis saluran, lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, biaya, margin, keuntungan, efisiensi dan *farmer's share* pemasaran di analisis secara deskriptif kualiatatif dan kuantitatif.

#### 1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Analisis lembaga pemasaran dilakukan untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Saluran pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat diamati mulai dari petani

dengan menghitung persentase pasokan sampai pedagang pengumpul dan hingga pada akhirnya sampai ke konsumen akhir. Jalur pemasaran tersebut akan menggambarkan peta saluran pemasaran. Saluran pemasaran dianalisis dengan mengamati lembaga-lembaga pemasaran sebagai pihak perantara dalam proses penyampaian produk jagung manis dari produsen ke konsumen serta pembentukan jalur pemasaran.

## 2. Fungsi Pemasaran

Analisis fungsi-fungsi pemasaran digunakan untuk mengevaluasi biaya pemasaran. Manfaat lain dari analisis fungsi dari pemasaran adalah sebagai bahan perbandingan biaya yang dihasilkan oleh setiap lembaga pemasaran. Perbandingan biaya pemasaran untuk melihat saluran pemasaran yang paling efisien. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Fungsi-fungsi Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Perdagangan Pengumpul	Pedagang Besar	Pedagang Pengecer
1. Fungsi Pertukaran <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan</li> <li>• Pembelian</li> </ul>				
2. Fungsi Fisik <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyimpanan</li> <li>• Pengangkutan</li> <li>• Pengolahan</li> </ul>				
3. Fungsi Fasilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Standarisasi dan Grading</li> <li>• Penanggungan</li> </ul>				

Risiko • Pembiayaan • Informasi Pasar				
--	--	--	--	--

Sumber : Limbong dan Sitorus, 1987

### 3. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk keperluan dalam proses memasarkan jagung manis. Menghitung besarnya biaya pemasaran dapat menggunakan rumus menurut Soekartawi (2000):

$$B_p = \sum_{i=1}^n B_i$$

$$B_p = B_1 + B_2 + B_3 \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

- $B_p$  = Biaya pemasaran (Rp/Kg )
- $B_1$  = Biaya timbang (Rp/Kg)
- $B_2$  = Biaya bongkar muat (Rp/Kg)
- $B_3$  = Biaya transportasi (Rp/Kg)

### 4. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara harga yang diterima penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Secara matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut (Daniel, 2002) :

$$M = H_k - H_p \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan:

- $M$  = Marjin pemasaran (Rp/Kg)
- $H_k$  = Harga yang dibayarkan konsumen akhir (Rp/Kg)

$H_p$  = Harga yang diterima petani (Rp/Kg)

### 5. Keuntungan Pemasaran

Menurut Soekartawi (1993), keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran atau dirumuskan dengan:

$$\pi = M - B \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan:

$\pi$  = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

$M$  = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

$B$  = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

### 6. Efisiensi Pemasaran

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (2002) yaitu :

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan:

$EP$  = Efisiensi Pemasaran (%)

$TBP$  = Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)

$TNP$  = Total Nilai Produk yaitu harga beli pada konsumen akhir (Rp/kg)

Semakin rendah ratio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran semakin efisien dan apabila semakin tinggi ratio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran tidak efisien.

## 7. Farmer's Share

*Farmer's share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayar konsumen terhadap harga produk yang diterima petani (Asmarantaka, 2012).

Dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$F'S = \frac{Pr}{Pf} \times 100 \% \dots\dots\dots (11)$$

Keterangan:

F'S = Bagian atau persentase yang diterima petani (%)

Pr = Harga yang diterima petani (Rp/kg)

Pf = Harga ditingkat Pedagang (Rp/kg).



## IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1. Geografis dan Topografi

Kelurahan Sidomulyo Barat adalah kelurahan yang terletak di Kecamatan Tampan Kota Madya Pekanbaru. Luas Wilayah Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Madya Pekanbaru  $\pm$  13,6 Km<sup>2</sup>. Terdiri dari 9 Km<sup>2</sup> atau 66,17 persen wilayah merupakan areal permukiman masyarakat, 0,32 Km<sup>2</sup> atau 2,35 persen wilayah merupakan perkebunan milik masyarakat, 0,13 Km<sup>2</sup> atau 0,95 persen wilayah merupakan areal perkantoran, 0,14 Km<sup>2</sup> atau 1 persen wilayah merupakan prasarana umum lainnya, dan 4,01 Km<sup>2</sup> atau 29,4 persen dari wilayah keseluruhan merupakan perkarangan.

Diinjau dari letak dan posisi yang strategis keberadaan Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan memiliki prospek yang cukup tinggi bagi pertumbuhan ekonomi, karean posisinya yang berdekatan dengan pusat perkotaan. Ketinggian dari permukaan laut adalah 50 mdpl dengan orbitasi jarak kelurahan sebagai berikut:

- a. Jarak kelurahan dengan pusat pemerintahan kecamatan adalah  $\pm$  4 Km atau sekitar 0,25 Jam perjalanan jika menggunakan kendaraan bermotor.
- b. Jarak kelurahan dengan pusat pemerintahan kabupaten/kota adalah  $\pm$  6 Km atau sekitar 0,5 Jam perjalanan jika menggunakan kendaraan bermotor.
- c. Jarak kelurahan dengan pusat pemerintahan provinsi adalah  $\pm$  6Km.

Dilihat dari bentangan wilayah, kelurahan Sidomulyo Barat mempunyai batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Delima Kecamatan Tampan
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kubang Raya Kecamatan Siak Hulu
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai
- d. Sebelah Barat batasan dengan Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan

#### 4.2. Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk di Kelurahan Sidomulyo Barat adalah sebanyak 32.299 jiwa atau 9.770 KK. Dari jumlah tersebut sebanyak 16.336 jiwa penduduk laki-laki dan 15.963 penduduk perempuan, dengan sex ratio sebesar 0,98 yang berarti setiap 100 jiwa penduduk laki-laki terdapat 98 jiwa penduduk perempuan. Adapun jumlah penduduk menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Kelurahan Sidomulyo Barat Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	16.336	50,58
2	Perempuan	15.963	49,42
Jumlah		32.299	100,00

Sumber : Kantor Lurah Sidomulyo Barat 2018

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah penduduk di Kelurahan Sidomulyo Barat dengan jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak (50,58%) dan pertumbuhan jumlah penduduk perempuan adalah sebanyak (49,42%) ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk jenis kelamin laki-laki lebih tinggi dibanding pertumbuhan penduduk jenis kelamin perempuan.

#### 4.3. Mata Pencaharian Penduduk

Penduduk Kelurahan Sidomulyo Barat bekerja di berbagai sektor atau bidang seperti : petani, pedagang, PNS, tukang, guru, bidan/perawat peternak dan lain

sebagainya. Adapaun jumlah penduduk yang bekerja menurut bidang tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Kelurahan Sidomulyo Barat Berdasarkan Jenis Pekerjaan Tahun 2017

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Petani	198	23.13
2	Peternak	23	2.69
3	Pedagang	135	15.77
4	TNI/POLRI	12	1.40
5	PNS	126	14,72
6	Wiraswasta	202	23,60
7	Buruh	160	18,69
Jumlah		856	100.00

Sumber : Kantor Lurah Sidomulyo Barat 2018

Sebagian besar masyarakat Sidomulyo Barat bekerja pada sektor pertanian sebanyak 198 jiwa atau (23,13%) yang bekerja sebagai wiraswasta 202 jiwa atau (23,60%), buruh sebanyak 160 jiwa atau (18,69%) dan bekerja sebagai pedagang sebanyak 135 jiwa atau (14,72%) .

#### 4.4. Sarana dan Prasarana

Secara umum tingkat perkembangan suatu wilayah dapat dilihat dari ketersediaan beberapa fasilitas pelayanan yang ada di daerah tersebut. Fasilitas yang terdapat di Kelurahan Sidomulyo Barat sangat mendukung terhadap perkembangan Kelurahan. Perkembangan sosial ekonomi juga mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap sarana dan prasarana. Adapun sarana dan prasarana yang ada di Kelurahan Sidomulyo Barat diuraikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Sarana dan Prasarana di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2017

No	sarana Prasarana	Jumlah
1	Taman kanak-kanak	7
2	Sekolah Dasar	6
3	Sekolah Menengah Pertama	4
4	Sekolah Menengah Atas	2
5	Mesjid	32
6	Mushalla	18
7	Klinik	9
8	Gereja	1
9	Perumahan	15

Sumber: Kantor Lurah Sidomulyo Barat 2018

a. Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan maupun meningkatkan produktivitas, dimana pendidikan berperan penting dalam kemajuan pertanian dan kemajuan daerah. Kemajuan tingkat pendidikan penduduk suatu daerah tergantung pada sarana dan prasarana pendidikan. Berbicara mengenai pendidikan, pemerintah kecamatan dan lurah juga harus berpartisipasi aktif dalam meningkatkan mutu pendidikan di daerahnya. Kelurahan Sidomulyo Barat terdapat 7 sekolah taman kanak-kanak. 2 SD negeri dan terdapat 4 SD swasta, terdapat 4 unit Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan 1 SMK Negeri dan 1 SMA SMA swasta.

b. Kesehatan

Pemerintah Kota Pekanbaru melalui perangkat kecamatan dan lurah selalu berupaya dalam peningkatan pelayanan kesehatan berkualitas, upaya perbaikan system kesehatan, penurunan angka kematian bayi dan ibu melahirkan serta upaya jangka waktu usia harapan hidup terus menerus di arahkan ke yang lebih baik. Permasalahan lain yang sangat perlu diperhatikan dan terus di budayakan adalah

kebiasaan masyarakat untuk hidup sehat, bersih serta peduli terhadap lingkungan tempat tinggal, penyediaan air bersih, pembuangan kotoran keluarga (jamban), pembuangan sampah maupun limbah dan meningkatkan mutu lingkungan hidup masyarakat sehingga akan mencapai kualitas hidup dan sumber daya manusia yang prima.

Pelayanan sarana kesehatan terus di tingkatkan kepada masyarakat baik melalui pemerintah maupun melalui swasta. Hal ini dilihat semakin bertambahnya jumlah sarana kesehatan, ketersediaan tenaga medis dan paramedis serta meningkatnya tempat pelayanan kesehatan bagi masyarakat di Puskesmas, klinik dan sarana kesehatan lainnya. Untuk fasilitas kesehatan di Kelurahan Sidomulyo Barat terdapat 9 unit klinik.

c. Agama

Mayoritas penduduk di Kelurahan Sidomulyo Barat beragama islam. Demi menjang kegiatan beribadah di Sidomulyo Barat terdapat fasilitas tempat beribadah, terdapat 32 masjid, 18 mushola dan 1 gereja.

#### **4.5. Keadaan Pertanian**

Keadaan pertanian di Kelurahan Sidomulyo Barat cukup baik, dimana di Kelurahan Sidomulyo Barat terdapat sebanyak 198 petani yang keseluruhannya tergabung kedalam kelompok tani dan memiliki penyuluh yang handal di bidangnya pada setiap kelompok tani. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan pertanian di Kelurahan Sidomulyo Barat cukup bahkan sangat baik karena petani-petani Kelurahan Sidomulyo Barat mau dan memiliki keinginan untuk berkembang menjadi petani yang baik dan handal di bidangnya.

Jenis jenis tanaman yang ada di Kelurahan Sidomulyo Barat adalah seperti: sayuran, pangan, pekarangan, hortikultura dan palawija, yang masing-masing usaha ini dipercayakan kepada kelompok tani dan penyuluh pertaniannya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis

Dalam mencari karakteristik petani terdiri dari beberapa komponen yaitu: Karakteristik petani menurut kelompok umur, karakteristik petani menurut jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga.

#### 5.1.1. Umur

Umur dapat dijadikan indikator dalam menentukan produktif dan tidak produktifnya seseorang. Umur juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi petani dalam mengelola usahatani terutama terhadap pola pikir, kemampuan fisik untuk bekerja, bertindak dalam menerima dan mengadopsi inovasi. Petani yang berumur produktif kemampuannya dalam bekerja akan lebih baik dibandingkan dengan petani yang tidak produktif. Petani yang berumur relatif muda pada umumnya lebih cepat mengadopsi inovasi baru serta lebih dinamis dan tanggap terhadap perubahan lingkungan, terutama yang berhubungan dengan usahatannya, namun mereka relatif kurang berpengalaman dibandingkan petani yang sudah berumur tua. Karakteristik petani jagung manis berdasarkan kelompok umur di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Petani Jagung Manis Berdasarkan Kelompok Umur di Kelurahan Sidomulyo Barat Tahun 2019.

No	Umur (Thn)	Petani (Jiwa)	Pedagang Pengumpul (Jiwa)	Pedagang Pengecer (Jiwa)
1	21-29	2	-	1
2	30-38	2	-	4
3	39-47	7	1	3
4	48-56	6	1	1
5	57-65	1	-	-
Umur rata-rata		43	44	43

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat adalah pada kelompok umur berkisar 21-29 tahun yaitu sebanyak 2 orang (11,11%), umur 30-38 tahun sebanyak 2 orang (11,11%), umur 39-47 sebanyak 7 orang (38,89%), umur 48-56 sebanyak 6 orang (33,33%) dan umur 57-65 sebanyak 1 orang (5,56%), dan rata-rata umur petani adalah 43 tahun (Lampiran 1). Kelompok umur tersebut menunjukkan bahwa semua petani dalam usia produktif. Umumnya pengusahatani yang usianya lebih muda lebih kuat fisiknya dibandingkan dengan pengusahatani yang lebih tua, begitu juga sebaliknya.

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa sampel pedagang pengumpul terdiri dari 2 orang dan sampel pedagang pengecer terdiri dari 9 orang sampel, jadi total sampel pedagang keseluruhan adalah sebanyak 11 orang. Umur pedagang pengumpul dan pedagang pengecer jagung manis berada pada rentang 28-50 tahun. Rata-rata umur untuk pedagang pengumpul adalah 44 tahun dan pedagang pengecer 43 tahun. Pedagang pengecer usia terbanyak adalah pada rentang 30-38 sebanyak 4 orang (44,44%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh pedagang, baik pengumpul maupun pengecer berada pada umur

produktif, sehingga akan lebih mudah menerima inovasi yang didukung oleh kemampuan fisik dan pengembangan usaha melalui pemberdayaan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

### 5.1.2. Lama Pendidikan

Pendidikan sangat mempengaruhi sikap dan keputusan yang akan diambil, terutama dalam menerapkan inovasi baru yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap produksi, dan pendapatan petani. Produktivitas manusia tidak hanya dipengaruhi oleh peralatan-peralatan yang digunakan atau kekuatan fisik yang dimiliki, tetapi juga ditentukan oleh pendidikan yang pernah dilaluinya.

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan dan pandangan seseorang. Seperti dikemukakan oleh Mosher (1987) bahwa pendidikan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengelola usahanya. Karakteristik petani menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.

No	Lama Pendidikan	Petani (Jiwa)	Pedagang Pengumpul (Jiwa)	Pedagang Pengecer (Jiwa)
1	SD	7	1	2
2	SMP	5	1	3
3	SMA	5	-	4
4	Perguruan Tinggi	1	-	-
Rata-rata		9	7	11

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan yang terbanyak adalah tamatan SD sebanyak 7 orang (38,89%), kedua adalah SMP sebanyak 5 orang (27,78%) dan SMA sebanyak 5 orang (27,78%) dan petani yang

sedikit adalah S1 sebanyak 1 orang (5,56%) (Lampiran 1). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendidikan penduduk di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tergolong rendah. Tinggi rendahnya tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam mengelola atau menjalankan usahatani. Untuk itu diperlukan adanya pendidikan non formal bagi masyarakat di sekitar Kelurahan Sidomulyo Barat seperti penyuluhan dan pelatihan.

Tingkat pendidikan pedagang pengecer pada taraf tingkat pendidikan SMA sebanyak 4 orang (44,44%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendidikan penduduk di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tergolong rendah. Tinggi rendahnya tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam mengelola atau menjalankan usaha. Untuk itu diperlukan adanya pendidikan non formal bagi masyarakat di sekitar Kelurahan Sidomulyo Barat seperti penyuluhan dan pelatihan menjalankan usaha.

### **5.1.3. Pengalaman Usaha**

Pengalaman berusahatani merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan pengusaha dalam mengelola usahatani dengan hasil yang optimal, karena semakin lama pengalaman seseorang dalam berusahatani maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya. Soekartawi (2003) mengatakan pengalaman seseorang dalam berusaha berpengaruh dalam menerima inovasi dari luar. Pengusaha yang sudah lama berusahatani akan lebih mudah menerapkan anjuran penyuluhan

dimikian pula dengan penerapan teknologi. Karakteristik petani menurut pengalaman berusahatani dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis Menurut Pengalaman Berusahatani di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.

No	Lama Berusahatani (Thn)	Petani (Jiwa)	Pedagang Pengumpul (Jiwa)	Pedagang Pengecer (Jiwa)
1	3-4	3	2	1
2	5-6	10	-	4
3	7-8	5	-	4
Rata-rata pengalaman		6	4	7

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa pengalaman berusahatani di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan terbilang sudah cukup lama dan beragam, pengalaman bertani paling banyak yaitu selama 5-6 tahun sebanyak 10 orang (55,56%), diikuti lama pengalaman 7-8 tahun sebanyak 5 orang (27,78%) dan lama pengalaman terkecil yaitu 3-4 tahun sebanyak 3 orang (16,67%) (Lampiran 1). Pengalaman berusahatani erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusahatani maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, yang secara langsung akan mempengaruhi produksi dan pendapatan petani tersebut.

Pengalaman berusaha yang dimiliki petani sangat berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan. Semakin berpengalaman maka usaha dan wawasan yang dimiliki oleh pengusaha akan relatif tinggi karena banyaknya pengalaman yang diterima. Lama nya pengalaman usaha pedagng jagung manis di Kelurahan Sidomulyo barat adalah pada rentang 3-8 tahun. Pedagang yang paling lama menjalankan usahanya adalah pada rentang waktu 5-6 tahun dan 7-8 sebanyak 4

orang (44,44%), pada rentang waktu 3-4 tahun sebanyak 2 orang pedagang pengumpul dan 1 orang pedagang pengecer. Hal ini menunjukkan pengalaman berusaha pedagang pengumpul dan pengecer cukup terbilang cukup lama. Pengalaman berusaha erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusaha maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, yang secara langsung akan mempengaruhi penjualan dan pendapatan pedagang tersebut.

#### 5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Besarnya jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap pendapatan karena semakin banyaknya jumlah tanggungan keluarga atau jumlah anggota keluarga yang ikut makan maka secara tidak langsung akan memaksa tenaga kerja tersebut untuk mencari tambahan pendapatan (Wirosuhardjo, 1996). Jumlah tanggungan Keluarga adalah total dari jumlah anggota keluarga yang terdiri dari istri, anak serta tanggungan lainnya. Dimana seluruh kebutuhan hidupnya masih ditanggung oleh kepala keluarga. Karakteristik petani menurut jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Petani dan Pedagang Jagung Manis Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Petani (Jiwa)	Pedagang Pengumpul (Jiwa)	Pedagang Pengecer (Jiwa)
1	1-2	7	1	2
2	3-4	8	1	6
3	5-6	3	-	1
Rata-rata pengalaman		18	3	4

Berdasarkan Tabel 9 diketahui sebagian besar petani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan mempunyai jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3-4 tanggungan sebanyak 8 orang (44,44%), diikuti dengan jumlah tanggungan 1-2 sebanyak 7 orang (38,89%) dan tersedikit dengan jumlah tanggungan 5-6 tanggungan sebanyak 3 orang (16,67%) (Lampiran 1). Dalam hal ini, jumlah tanggungan keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin besar tanggungan keluarga, maka semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka atau sebaliknya.

Jumlah tanggungan Keluarga adalah total dari jumlah anggota keluarga yang terdiri dari istri, anak serta tanggungan lainnya. Dimana seluruh kebutuhan hidupnya masih ditanggung oleh kepala keluarga. Jumlah tanggungan keluarga pedagang jagung manis ada pada rentang 2-5 orang. Jumlah tanggungan keluarga pedagang pengecer terbanyak adalah pada rentang 3-4 sebanyak 6 orang pedagang (66,66%), yang trekkecil pada rentang 5-6 sebanyak 1 orang (11,11%) dan 1-2 sebanyak 2 orang (22,23%). Dalam hal ini, jumlah tanggungan keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin besar tanggungan keluarga, maka semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka atau sebaliknya.

## **5.2. Analisis Usahatani**

Kegiatan usahatani merupakan kegiatan berkaitan dengan pengambilan keputusan bagaimana dalam menjalankan usahanya yang berorientasi pada keuntungan dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki. Manajemen dalam usahatani mulai dari perencanaan berupa komonditas apa yang di usahakan,

kapan waktu mengusahakan, dimana tempat mengusahakan, bagaimana alokasi sumberdaya dan biaya usahatani sampai dengan bagaimana mengatasi masalah yang timbul dalam usaha. Analisis usahatani dilakukan dengan menganalisis penggunaan faktor produksi, pendapatan, biaya produksi dan efisiensi usahatani.

### **5.2.1. Faktor Produksi**

Usaha pembangunan pertanian ditunjukkan kepada peningkatan produksi pertanian. Menurut Banoewidjojo (1980), bahwa usaha pertanian ditunjukkan untuk dapat meningkatkan cara berusahatani dengan menerapkan teknologi yang senantiasa berubah.

Pelaksanaan kegiatan usahatani tidak akan memberikan produksi yang optimal tanpa didukung dengan penggunaan sarana produksi, penggunaan sarana produksi seperti benih, pupuk dan pestisida belum tentu sepenuhnya menjamin produksi akan menjadi lebih baik bila tidak memperhatikan efisiensi penggunaannya. Untuk itu diperlukan efisiensi penggunaan melalui pengalokasian yang tepat sehingga produksi yang dihasilkan lebih baik, demikian juga dengan pengalokasian tenaga kerja.

#### **5.2.1.1. Luas Lahan**

Luas lahan garapan adalah luas lahan efektif yang diusahakan oleh petani untuk menanam jagung manis. Bila dilihat dari perannya yang ideal, semakin luas lahan yang digunakan untuk berusahatani maka semakin terbuka kesempatan bagi petani untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Akan tetapi penambahan luas lahan tidak menutup kemungkinan bisa menurunkan produksi. Apabila intensitas perawatan dan penjagaan tidak efektif. Sehingga dapat menurunkan

kuaslitas lahan yang dapat berakibat pada menurunnya hasil produksi. Begitu sebaliknya, meskipun sedikit lahan yang digunakan untuk berusahatani, jika dirawat dan dijaga dengan baik maka akan menghasilkan produksi yang besar. Dari hasil penelitian rata-rata luas lahan petani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru adalah 9.200 M<sup>2</sup>.

#### **5.2.1.2. Benih**

Benih memang merupakan peranan yang penting untuk menunjang keberhasilan produksi tanaman. Penggunaan benih yang bemutu tinggi merupakan langkah awal peningkatan produksi. Penggunaan benih yang terlalu banyak akan berdampak pada penurunan jumlah produksi karena jarak tanam menjadi rapat sehingga tanaman tidak dapat tumbuh dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru bahwa rata-rata penggunaan benih jagung manis adalah sebanyak 21 bungkus dengan berat per bungkus 200 gram atau dengan jumlah 4.200 Kg dengan harga Rp 120.000,00/bks.

#### **5.2.1.3. Pupuk**

Pupuk merupakan salah satu faktor produksi yang memberikan pengaruh yang besar terhadap produksi. Adapun pemberian pupuk adalah untuk mengisi kekurangan unsur hara tanaman dalam tanah. Pemberian pupuk tepat waktu, tepat dosis, dan tepat cara pemberiannya diharapkan dapat meningkatkan produksi.

Pupuk merupakan bahan-bahan yang diberikan kedalam tanah secara langsung atau tidak langsung dapat menambah zat-zat makanan tanaman yang tersedia dalam tanah. Pemberian pupuk merupakan usaha untuk pemenuhan dan

kebutuhan hara tanaman, sehingga tanaman dapat tumbuh dengan baik. Pemberian pupuk yang tepat dan berimbang akan menghasilkan produksi yang optimal (Kasirah, 2007). Untuk distribusi pupuk pada usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan dapat dilihat pada Tabel 10 berikut :

Tabel 10. Rata-Rata Penggunaan Pupuk Pada Usahatani Jagung Manis (Kg/Ha/MT) di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Tahun 2019

No	Jenis Pupuk	Jumlah (kg)
1	Pupuk Kandang	4.424
2	UREA	319
3	NPK	255
4	KCl	92
5	TSP	170

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa penggunaan sarana produksi pupuk menunjukkan hasil produksi yang didapatkan petani. Rata-rata penggunaan pupuk Kandang dengan luas lahan satu hektar adalah sebanyak 4.424. Hal ini dikarenakan penggunaan pupuk kandang merupakan kebutuhan penting bagi pemenuhan kebutuhan kesuburan tanaman sehingga banyak digunakan oleh petani. Penggunaan pupuk Urea sebanyak 319 Kg/ha, pupuk Urea merupakan pupuk yang banyak digunakan petani selain pupuk kandang untuk awal budidaya. Penggunaan pupuk NPK sebanyak 255 kg/ha, KCL sebanyak 92 kg/ha dan TSP sebanyak 170 kg/ha, Pupuk tersebut digunakan petani untuk kebutuhan tanaman dan kebutuhan nutrisi tanah agar menghasilkan produksi yang tinggi.

#### 5.2.1.4. Pestisida

Untuk mencegah kerusakan tanaman dan kegagalan panen akibat serangan hama dan penyakit, pengendalian hama secara terpadu. Penggunaan pestisida dapat dilakukan namun penggunaannya harus tepat, baik tepat dosis maupun tepat waktu. Penggunaan faktor produksi pestisida sampai saat ini merupakan cara yang paling banyak digunakan dalam pengendalian hama dan penyakit. Hal ini dikarenakan, penggunaan pestisida merupakan cara yang paling mudah dan efektif, dengan penggunaan pestisida yang efektif akan memberikan hasil yang memuaskan.

Namun, penggunaan pestisida juga dapat berdampak negatif terhadap lingkungan. Dampak negatifnya dapat dihindari dengan penggunaan pestisida dengan dosis yang tepat (Sulistiyono, 2004). Untuk distribusi pestisida pada usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Rata-Rata Penggunaan Pestisida Pada Usahatani Jagung Manis (Liter/Ha/MT) di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Tahun 2019.

No	Jenis Pupuk	Jumlah (Lt)
1	KOMPI	4,60
2	Gramoxon	4,48
3	Propaton	5,13
4	Vampyr	3,02
5	Abens	1,78

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa penggunaan sarana produksi pestisida juga menunjukkan hasil produksi yang didapatkan petani. Penggunaan pestisida paling banyak yakni Propaton sebanyak 5,13 liter. Penggunaan pestisida KOMPI sebanyak 4,60 liter kemudian diikuti Gramoxon sebanyak 4,48 liter,

penggunaan pestisida vampyr sebanyak 3,02 Liter dan penggunaan pestisida terkecil adalah Abens sebanyak 1,78 Liter.

#### 5.2.1.5. Tenaga Kerja

Selain lahan, tenaga kerja merupakan sumberdaya usahatani yang turut berperan didalam kegiatan produksi, karena tenaga kerja merupakan faktor produksi yang sangat penting didalam peningkatan produksi. Untuk perhitungan tenaga kerja pada usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat dalam periode per Musim Tanam, dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Rata-Rata Penggunaan Tenaga Kerja Menurut Tahapan Kerja Pada Usahatani Jagung Manis (HOK/Ha/MT) di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.

No	Tahapan Produksi	TKDK	TKLK	Jumlah
1	Pengolahan Lahan	2,61	1,07	3,68
2	Penanaman	2,87	2,81	5,68
3	Pemupukan	2,02	2,48	4,5
4	Penyiangan	4,19	1,00	5,19
5	Pengendalian HPT	2,24	1,72	3,96
6	Pemanenan	3,28	3,11	7,3
Jumlah Pergarapan		17,21	12,19	30,31
Jumlah Tenaga Kerja( HOK/ HA)		18,71	13,32	32,04

Tenaga kerja yang digunakan petani di daerah penelitian dalam usahatannya berdasarkan sumbernya terdiri dari tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga, menurut jenisnya terdiri dari tenaga kerja pria dan wanita dan tenaga kerja anak, karena usahatani dianggap sebagai suatu perusahaan maka semua tenaga kerja baik dari dalam maupun dari luar keluarga dihitung sebagai biaya produksi.

Pada Tabel 12 dapat dilihat bahwa penggunaan tenaga kerja terbanyak adalah penggunaan tenaga kerja dalam keluarga yaitu sebanyak 18,71 HOK/Ha sedangkan penggunaan tenaga kerja luar keluarga sebanyak 13,32 HOK/Ha. Hal ini disebabkan karena petani lebih banyak menggunakan tenaga kerja keluarga dibandingkan luar keluarga. Petani lebih memilih mengerjakannya dengan istri dan anaknya untuk mengolah usatannya. Pada TKDK penggunaan tenaga kerja terbanyak adalah pada tahapan penyiangan, hal ini karena pada tahap penyiangan petani memilih melakukannya dengan istri dan dibantu dengan anak-anaknya.

Sedangkan penggunaan tenaga kerja terkecil pengalokasiannya yaitu pada tahapan produksi pemupukan. Hal ini dikarenakan, petani melakukannya sendiri dan tidak banyak memerlukan tenaga kerja. Pada alokasi TKLK jumlah pengalokasian tenaga kerja terbanyak adalah pada tahapan produksi pemanenan sebanyak, hal ini karena petani menggunakan tenaga penuh luar keluarga untuk melakukan pemanenan. Sedangkan alokasi tenaga kerja terkecil adalah pada tahapan produksi penyiangan.

### **5.2.2. Biaya Produksi**

Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan petani atau produsen untuk membeli faktor-faktor produksi dengan tujuan menghasilkan output atau produk. Faktor-faktor produksi itu sendiri adalah barang ekonomis (barang yang harus dibeli karena mempunyai harga) dan termasuk barang langka (*scarce*), sehingga untuk mendapatkannya membutuhkan pengorbanan berupa pembelian dengan uang. Biaya produksi yang dilakukan pada usahatani Jagung Manis selama musim tanam per luas garapan.

Dalam penelitian ini biaya yang termasuk kedalam biaya variabel adalah biaya penggunaan sarana produksi dan biaya tenaga kerja. Sedangkan biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya relatif tetap dan tidak tergantung pada besar kecilnya suatu produksi, yang termasuk kedalam biaya tetap pada penelitian ini adalah penyusutan, sewa lahan dan biaya sewa traktor. Untuk lebih jelasnya biaya usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Rata-Rata Biaya Produksi Usahatani Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat (Rp/Ha/MT) Tahun 2019.

No	Keterangan	Nilai (Rp/Grpn/MT)	Nilai (Rp/Ha/MT)	Persentase (%)
A	Produksi (Kg)	12.986	14.115	
B	Harga (Rp/Kg)	3.267	3.267	
C	Pendapatan Kotor	42.430.555	46.120.169	
D	Biaya Variabel			
	1. Benih (Gram )	2.321.745	2.523.636	13.23
	2. Pupuk:			
	a. Pupuk Kandang (Kg)	2.035.152	2.212.121	11.60
	b. Pupuk Urea (Kg)	1.469.212	1.596.970	8.37
	c. Pupuk NPK (Kg)	2.107.636	2.290.909	12.01
	d. Pupuk Kcl (Kg)	508.509	552.727	2.90
	e. Pupuk TSP (Kg)	1.955.000	2.125.000	11.14
	3. Pestisida			
	a. Gramxone (Liter)	328.889	357.488	1.88
	b. Kompi (Liter)	320.889	348.792	1.84
	c. Propaton (Liter)	354.167	384.964	2.03
	d. Vampyr (Liter)	416.667	452.899	2.38
	e. Abens (Liter)	139.306	151.419	0.80
	5. Tenaga Kerja	-		
	a. TKDK	1.721.528	1.871.226	9.85
	b. TKLK	1.218.750	1.324.728	6.97

	6. Biaya Handtraktor	733.333	797.101	4.19
	Total Biaya Variabel	15.630.782	16.989.980	
E	Biaya Tetap	-		
	a. Biaya Sewa lahan	1.833.333	1.992.754	10.49
	b. Biaya Penyusutan Alat	55.089	59.879	0.32
	Total Biaya Tetap	1.888.422	2.052.633	
	Total Biaya Usahatani	17.519.204	19.042.613	100.00
F	Keuntungan	24.911.351	27.077.555	
G	Efisiensi (RCR)	2,42	2,42	

Biaya produksi petani dengan proporsi terbanyak adalah biaya penggunaan benih yaitu senilai Rp. 2.523.636/Ha/MT atau sebesar 13,32% dari total penggunaan biaya produksi. Besarnya penggunaan benih karena petani menggunakan benih yang unggul agar bisa menghasilkan produksi yang maksimal. Proporsi penggunaan biaya terbesar kedua adalah penggunaan pupuk NPK yaitu sebanyak Rp. 2.290.909/Ha/MT atau sebesar 12,01% dari total biaya produksi. Proporsi terbesar ketiga adalah biaya pupuk kandang sebanyak Rp. 2.212.121/Ha/MT atau sebesar 11,60%, alokasi penggunaan biaya terendah adalah penggunaan biaya penyusutan yaitu sebanyak Rp. 59.879/Ha/MT atau sebesar 0,32%. Total biaya usahatani sebanyak Rp. 19.042.613/Ha/MT yang terdiri dari biaya variabel Rp. 16.989.980/Ha/MT dan biaya tetap Rp. 2.052.633/Ha/MT.

### 5.2.3. Produksi

Produksi jagung manis dalam penelitian ini diukur dalam Kg/Ha/MT, panen tanaman jagung manis yang dilakukan oleh petani adalah 1 kali dalam 1 musim tanam. Produksi jagung manis dipengaruhi oleh benih jagung manis yang baik dan berkualitas sehingga bisa menghasilkan produksi yang maksimal. Berdasarkan

Tabel 13 menunjukkan bahwa rata-rata produksi jagung manis yang dihasilkan dalam satu kali musim tanam adalah 14.115 Kg/Ha/MT dengan rata-rata harga jual Rp. 3.267.00. Jumlah produksi yang diperoleh masing-masing petani cenderung bervariasi, hal ini disebabkan karena luas lahan garapan masing-masing petani sampel berbeda. Perbedaan penggunaan teknologi, ketersediaan saprodi perhektar serta perbedaan pada tingkat pengelolaan usahatani. Tingkat pengelolaan pada suatu usahatani akan berkaitan erat dengan pengalokasian faktor produksi petani pada usahatni yang mereka usahakan.

#### **5.2.4. Penerimaan**

Penerimaan atau Pendapatan kotor merupakan bagian yang diterima oleh petani atas korbanan yang dikeluarkan dalam menghasilkan suatu produksi (Soekartawi, 2002). Pendapatan kotor yang diterima oleh petani merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi yang diperoleh dengan harga jual. Dari hasil analisis yang dilakukan diperoleh penerimaan usahatani yaitu sebanyak Rp. 46.120.169/Ha/MT. Tingginya penerimaan petani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru disebabkan oleh produksi yang cukup tinggi.

#### **5.2.5. Keuntungan**

Pendapatan bersih atau keuntungan merupakan selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi yang dikeluarkan petani dalam menjalankan usahatannya. Pendapatan bersih rata-rata yang diperoleh petani adalah sebanyak Rp. 27.077.555/Ha/MT.

### 5.2.6. Efisiensi Usahatani

RCR (*Return Cost Ratio*) atau perbandingan antara penerimaan biaya adalah penerimaan untuk setiap rupiah yang dikeluarkan. Dengan analisis ini kita dapat ketahui apakah suatu usahatani menguntungkan atau tidak dan juga untuk mengetahui efisiensi dalam usahatannya. Usahatani dikatakan menguntungkan jika nilai R/C-rasio yang didapat lebih besar atau sama dengan satu, sebaliknya belum menguntungkan jika nilai R/C-rasio yang di dapat kurang dari satu.

Berdasarkan analisis RCR pada Tabel 13 diketahui bahwa rasio antara pendapatan kotor dengan biaya produksi usahatani jagung manis adalah sebesar 2.42. Hal ini bermakna bahwa Rp. 1,00 alokasi biaya produksi maka akan diperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.42 yang berarti usahatani jagung manis menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

### 5.3. Analisis Pemasaran Jagung Manis

Sistem pemasaran produk komoditi jagung manis di kelurahan Sidomulyo Barat dikatan merupakan bagian yang lemah dalam mata rantai pemasaran. Hal ini disebabkan karena sifat produk yang mudah rusak dan busuk, sehingga pemasaran produk tersebut masih tergolong rendah. Oleh sebab itu, perlu adanya pengolahan lebih lanjut agar dapat meningkatkan nilai tambah, dalam hal ini jagung manis dapat diolah menjadi emping jagung yang dapat bertahan dengan penyimpanan waktu yang cukup lama agar kemungkinan atau peluang untuk pemasarannya masih akan terus berlanjut.

### 5.3.1. Lembaga Pemasaran

Sistem pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat tidak lepas dari peran lembaga pemasaran yang mengambil bagian dalam kegiatan pemasaran. Lembaga pemasaran terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Masing-masing lembaga pemasaran mempunyai peranan penting dalam pemasaran jagung manis.

#### 1). Petani

Petani merupakan produsen jagung manis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 18 orang petani yang menjadi sampel, dimana petani tersebut menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul juga kepada pedagang pengecer.

#### 2). Pedagang Pengumpul

Pedagang yang melakukan aktivitas membeli jagung manis dari petani untuk kemudian dijual pada pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada sebelas pedagang yakni terdiri dari 2 pedagang pengumpul dan 9 pedagang pengecer yang ada di pasar Pekanbaru.

#### 3). Pedagang Pengecer

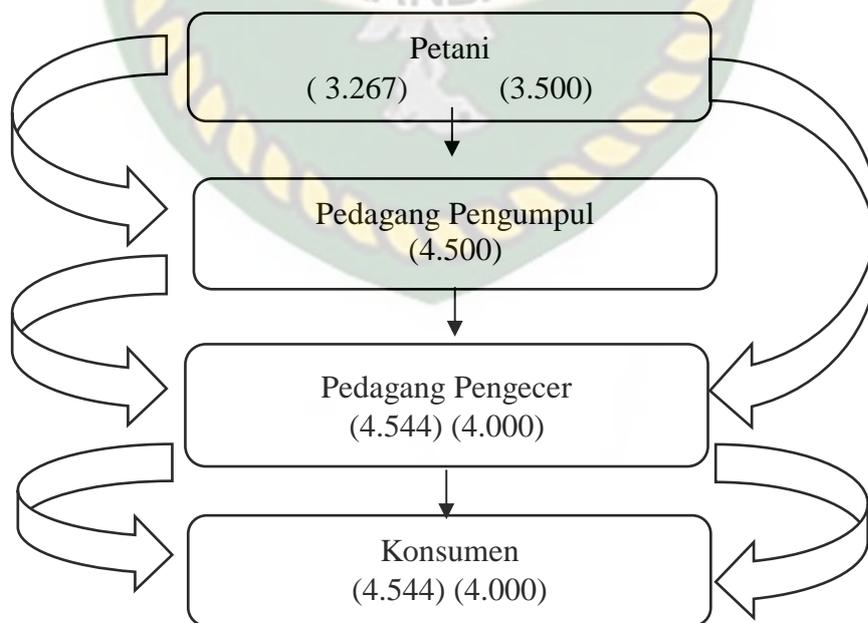
Pedagang yang membeli jagung manis dari petani dijual ke konsumen. Hasil penelitian menunjukkan pedagang pengecer membeli jagung manis dari pedagang pengumpul dan petani untuk dijual ke konsumen atau langsung ke pasar yang ada di sekitar Kelurahan Sidomulyo Barat.

#### 4). Konsumen

Konsumen adalah orang yang membeli jagung manis dari pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer, baik untuk dikonsumsi langsung maupun sebagai bahan baku jagung bakar.

### 5.3.2. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran jagung manis adalah rangkaian lembaga pemasaran yang dilalui jagung manis dalam penyalurannya dari petani ke konsumen akhir. Penyaluran hasil produksi dari petani ke konsumen melalui lebih dari satu saluran pemasaran, dimana masing-masing saluran melibatkan lembaga pemasaran yang berbeda. Berikut skema saluran pemasaran di Kelurahan Sidomulyo Barat dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Saluran Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Berdasarkan Gambar 5 menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat, saluran I petani menjual hasil produksinya. Kepada pedagang pengirim/pedagang pengumpul kemudian menjual jagung manis kepada pedagang pengecer yang ada di Pekanbaru dan pedagang pengecer menjual lagi kekonsumen, sedangkan saluran II petani menjual jagung manis sama pedagang pengecer yang ada di Kelurahan Sidomulyo Barat dan menjual jagung manis di pasar yang ada di Kelurahan Sidomulyo Barat.

Jagung manis seperti produk-produk lain pada umumnya yang untuk sampai ke konsumen akhir harus melalui saluran pemasaran baik itu saluran yang pendek ataupun saluran yang panjang. Saluran pemasaran dapat dipilih secara bebas, artinya mereka dapat menentukan saluran pemasaran mana yang paling menguntungkan dan yang paling mudah di capai untuk hasil produksinya.

### 5.3.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Proses pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru memiliki saluran yang dilalui dalam proses pemasaran hasil produksi jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat, hingga akhirnya sampai kepada konsumen akhirnya, dalam hal ini dimana terdapat pihak atau lembaga tertentu yang mengambil bagian dalam penyaluran hasil produksi komoditi jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat. Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang terlibat dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Fungsi-Fungsi Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat.

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Perdagangan Pengumpul	Pedagang Besar	Pedagang Pengecer

1. Fungsi Pertukaran				
• Penjualan	√	√		√
• Pembelian	√	√	√	√
2. Fungsi Fisik				
• Penyimpanan	√	√	√	√
• Pengangkutan		√	√	√
• Pengolahan				
3. Fungsi Fasilitas				
• Standarisasi dan Grading		√	√	√
• Penanggungungan Risiko		√	√	√
• Pembiayaan		√	√	√
• Informasi Pasar				√

### 1. Fungsi Penjualan

Dalam hal ini fungsi penjualan dilakukan oleh petani jagung manis kepada pedagang besar serta pedagang besar ke pedagang pengecer. Dari hasil penelitian penjualan dilakukan langsung oleh petani jagung manis kepada pedagang pengumpul setelah melakukan pembelian oleh pedagang pengumpul, jagung manis dijual langsung ke pedagan pengecer.

### 2. Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian yaitu suatu perpindahan jagung dari petani, pedagang pengumpul sampai ke pedagang pengecer lalu ke konsumen melalau transaksi. Pedagang pengumpul membeli jagung manis petani.

Harga beli dan jual jagung di pengaruhi oleh situasi pemasaran. Situasi yang mempengaruhi tingkat harga jagung manis di daerah penelitian adalah jumlah permintaan dari konsumen dan juga berdasarkan kualitas jagung manis. Kalau permintaan konsumen meningkat maka harga akan naik, dan sebaliknya apabila permintaan menuruh maka tingkat harga jagung manis juga menurun.

### **3. Fungsi Pengangkutan**

Fungsi pengangkutan yaitu perpindahan jagung manis dari petani menuju tempat penjualan dimana jagung manis tersebut akan dimanfaatkan. Pengangkutan merupakan pemindahan suatu barang dari sumber penghasilnya. Dari produsen yaitu petani ke pasar atau tempat konsumen pada waktu tertentu. Dalam hal pemasaran jagung manis tidak turut campur, tetapi hanya dilakukan oleh pedagang pengumpul dengan menggunakan sarana angkutan berupa mobil pick up L 300. Fungsi pengangkutan dilakukan oleh pedagang pengumpul, meliputi:

### **4. Fungsi Permodalan**

Fungsi permodalan dalam hal ini petani maupun pedagang menggunakan modal sendiri. Pedagang pengumpul dalam melakukan usaha sebagai pedagang jagung manis menggunakan mobil sendiri dan biaya yang dikeluarkan adalah biaya bensin kendaraan.

### **5. Fungsi Penanggulangan Risiko**

Fungsi penanggulangan risiko terjadi saat jagung manis tidak laku terjual atau mengalami kerusakan kondisi jagung. Berdasarkan hasil pengamatan penanggulangan risiko terjadi pada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer jagung jika jagung membusuk dan layu yang mengakibatkan terjadi penurunan harga jual. Cara penanggulangan risiko bagi pedagang adalah dengan penanganan pasca panen secara tepat, penyimpanan hasil dengan cara yang benar, pengolahan hasil pertanian yang sesuai dengan standar, pengangkutan yang lancar dan memperlancar pemasaran.

### **6. Fungsi Informasi Pasar**

Fungsi informasi pasar dilakukan pedagang pengumpul, hal ini dilakukan untuk mengetahui berapa harga jagung serta permintaan jumlah jagung manis oleh konsumen. Biasanya pedagang dalam memperoleh informasi tentang pasar dari teman sesama pedagang dan ada juga yang mendapat informasi dari mendengarkan berita baik dari media cetak maupun elektronik tentang kondisi pasar, jumlah permintaan dan harga komoditas pertanian di pasar serta pasokan barang dari luar daerah.

## **7. Fungsi Standarisasi dan Grading**

Untuk fungsi standarisasi dan grading, seluruh petani jagung tidak melakukan standarisasi dan grading terhadap hasil produksi jagungnya. Namun standarisasi dan grading dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pengecer, standarisasi dan grading yang dilakukan yaitu memisahkan jagung manis yang buruk, berukuran kecil dan besar. Standarisasi dan grading dilakukan dengan cara pengelasan, yakni jagung dibagi kedalam beberapa tingkatan sesuai dengan ukurannya. Perbedaan *grade* ini menyebabkan perbedaan harga jual.

### **1. Biaya Pemasaran**

Dalam proses pemasaran jagung manis tentunya berkaitan dengan pembiayaan. Adapun pembiayaan berkaitan dengan transaksi arus barang dari petani sampai ke konsumen. Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat bahwa rata-rata total biaya pemasaran pedagang pengumpul saluran I adalah Rp. 93.13 dan rata-rata total biaya pemasaran pedagang pengecer saluran I sebesar Rp. 382.35 sedangkan pada pedagang pengecer saluran II sebesar Rp. 241.44. kontribusi

biaya terbesar berasal dari biaya transportasi dikarenakan Bahan Bakar Minyak (BBM) yang digunakan cukup banyak.

## 2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima petani (produsen) dengan harga ditingkat pedagang besar. Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat bahwa margin ditingkat pedagang pengumpul saluran I sebesar Rp. 725 atau (13,18%) dan margin ditingkat pedagang pengecer saluran I sebesar Rp. 1.500 atau (27,27%) sedangkan margin ditingkat pedagang pengecer saluran II adalah Rp. 1.500 atau (30 %). Total margin pemasaran pada saluran I Rp. 2.225/kg dan total margin pada saluran pemasaran II Rp. 1.500/kg. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya pemasaran dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Analisis Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2019.

No	Uraian	Saluran I		Saluran II	
		Biaya (Rp/Kg)	Share (%)	Biaya (Rp/Kg)	Share (%)
1	Petani				
	Harga Jual	3.267,38	59,41	3.500,00	70,00
2	Pedagang Pengumpul				
	Harga Beli	3.267,38			
	Biaya Pemasaran				
	a. Biaya Tansportasi	50,00			
	b. Biaya Bongkar Muat	21,04			
	c. Biaya Upah TK	22,08			
	Total Biaya Pemasaran	93,13			
	Keuntungan	639,50			
	Margin	732,62	13,32		
	Harga Jual	4.000,00			
3	Pedagang Pengecer				
	Harga Beli	4.000,00		3.500,00	
	a. Biaya Tansportasi	202,22		94,30	
	b. Biaya Plastik	91,33		60,89	

	c. Biaya Karet Gelang	88,80		86,26	
	Total Biaya Pemasaran	382,35		241,44	
	Keuntungan	1.117,65		1.258,56	
	Margin	1.500,00	27,27	1.500,00	30,00
	Harga Jual	5.500,00		5.000,00	
4	Konsumen				
	Harga Beli	5.500,00		5.000,00	
	Total Biaya (Rp/kg)	475,48		241,44	
	Total Margin (Rp/kg)	2.232,62		1.500,00	
	Total Keuntungan (Rp/kg)	1.757,14		1.258,56	
	Efisiensi Pemasaran (%)	8,65		4,83	
	Farmer's share (%)	59,41		70,00	

### 3.Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin dan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan jagung manis. Keuntungan yang diterima pedagang pengumpul saluran I adalah Rp. 631,88, keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer saluran I adalah sebanyak Rp. 1.117,65, dan keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengecer saluran II adalah sebanyak Rp. 1.258,56. Total keuntungan pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 1.749,52/kg dan keuntungan pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 1.258,56/kg.

### 4.Efisiensi Pemasaran

Untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu fakto yang mempengaruhinya adala memilih saluran yang tepat dan efisien. Mubyarto (1989) menyatakan bahwa sistem pemasaran akan efisien jika memenuhi 2 syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil produksi dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari seluruh harga yang dibayarkan konsumen kepada semua pihak yang terlibat pada kegiatan produksi dan pemasaran tersebut.

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa saluran pemasaran jagung manis pedagang pengumpul saluran I tidak efisien yakni dengan efisiensi pemasaran sebesar 8,63 sedangkan pemasaran jagung manis pedagang pengecer saluran II pun juga belum efisien dengan nilai efisiensi sebesar 4,83, namun saluran pemasaran II lebih efisien di bandingkan dengan saluran pemasaran I. Semakin besar nilai efisiensi berarti saluran pemasaran semakin tidak efisien, sebab nilai efisiensi yang besar berarti biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk menyampaikan produk tersebut ke konsumen juga besar dan melewati banyak saluran pemasaran.

#### **5. Farmer's Share**

Farmer's share merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, umumnya dinyatakan dalam persentase. Farmer's share ini merupakan sebagai konsep balas jasa atas kegiatan yang dilakukan petani dalam memasarkan. Besarnya farmer's share dapat dilihat pada saluran pemasarannya. Farmer's share saluran I adalah 59,55 % dan pada saluran II 70,00%. Nilai *farmer's share* pada pola pemasaran II lebih tinggi karena harga yang diterima petani lebih tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 15, dapat diketahui bahwa nilai *farmer's share* terbesar dimiliki oleh saluran pemasaran pola II, kemudian pola I. Pada pola II, petani langsung menjual hasil panen kepada pengecer, sehingga harga jual lebih tinggi karena pengecer tidak melalui pedagang pengumpul.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai analisis usahatani dan pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Rata-rata umur petani jagung manis pada usia produktif yaitu 43 tahun, lama pendidikan 10 tahun, pengalaman berusahatani 6 Tahun dan jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa. Umur pedagang pengumpul 45 tahun, lama pendidikan 8 tahun, pengalaman berusaha 3 tahun dan tanggungan keluarga 2 jiwa, dan untuk umur pedagang pengecer umur 43 tahun, lama pendidikan 11 tahun, pengalaman berusaha 7 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4 jiwa.
2. Rata-rata penggunaan faktor produksi per Hektar: benih 21 bungkus atau 4.200 gram, pupuk kandang 4.424,24 kg, pupuk Urea 319,40 kg, pupuk NPK 245,54 kg, pupuk KCL 92,12 kg, dan pupuk TSP 170 kg, pestisida Kompi 4,60 Liter, Gramoxon 4,48 Liter, Propaton 5,15 Liter, Vampyr 3,03 dan Abens 1,79 liter. Penggunaan tenaga kerja sebanyak 32,04 HOK. Rata-rata produksi jagung manis per hektar adalah 14.115 Kg/Ha/MT dengan total biaya usahatani Rp. 19.042.613/Ha/MT. Penerimaan sebesar Rp. 46.120.169/Ha/MT dan keuntungan sebesar Rp. 27.077.555/MT. Usaha jagung manis sudah efisien dan layak untuk dikembangkan.
3. Pada subsistem pemasaran, untuk pemasaran jagung manis terdiri dari 2 saluran pemasaran. Saluran I: Petani – pedagang pengumpul - pedagang

pengecer – konsumen. Saluran II: Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen. Lembaga pemasaran tidak semuanya melakukan fungsi pemasaran. Biaya pemasaran saluran I Rp. 475,48 dan saluran II Rp. 241,44/kg, margin pemasaran saluran I Rp 2.225,00 dan saluran II Rp. 1.500,00/kg, keuntungan pemasaran saluran I Rp. 1.749,52 dan saluran II Rp. 1.258,56/kg. Saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran I, Nilai *farmer's share* pada pola pemasaran II lebih tinggi karena harga yang diterima petani lebih tinggi.

## 6.2. Saran

Dari kesimpulan diatas dapat diajukan beberapa saran agar pengelolaan usahatani jagung manis dan pemasarannya mampu untuk efektif dan efisien.

1. Untuk meningkatkan produksi dan pendapatan, sebaiknya petani memperluas lahan usahatannya dan menggunakan input saprodi yang sesuai dan efisien.
2. Diharapkan kepada pemerintah khususnya dinas pertanian untuk memberikan perhatian terhadap penyediaan bantuan modal atau pembinaan terhadap petani dan masyarakat sekitar untuk melakukan pengembangan usahatani jagung manis sehingga petani dapat meningkatkan pendapatannya. Perlu adanya dukungan konkrit baik dari pemerintah maupun pihak lain dalam pengembangan agribisnis jagung manis, sehingga kebutuhan terhadap jagung manis terpenuhi di masa yang akan datang.
3. Untuk meningkatkan harga jual petani sebaiknya petani menggunakan saluran pemasaran I atau memasarkan jagung manis ke konsumen akhir dan industry pengolahan jagung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admaja, G. 2006. Evaluasi Adaptabilitas Tiga Genotipe Jagung Manis di Dua Lokasi Dataran Rendah. Skripsi. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Asmarantaka, R. W. 2012. Pemasaran Agribisnis (*Agrimarketing*). Departemen Agribisnis FEM-IPB, Bogor.
- Balai Penyuluh Pertanian. 2019. Laporan Statistik Pertanian Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2018, Pekanbaru.
- Dahl, D.C. and J.W. Hammond. 1977. *Market and Price Analysis The Agricultural Industries*. McGraw-Hill Book Company, New York.
- Daniel, M. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Dharmmesta, B. S., dan T. Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Ponsel. BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- Dinas Pertanian dan Perikanan. 2019. Statistik Pertanian Kota Pekanbaru 2018, Pekanbaru.
- Gustiyana, H. 2004. Analisis Pendapatan Usahatani untuk Produk Pertanian. Salemba Empat, Jakarta.
- Hafsah, M. J. 1999. Kemitraan Usaha. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Hanafiah dan Saefuddin. 1986. Pemasaran Hasil Perikanan. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Hasyim, H. 2012. Teori-Teori Pemasaran. UI Press, Jakarta.
- Hernanto, F. 1996. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Idham. 2004. Respon Berbagai Populasi Tanaman Jagung Manis (*Zay Mays Saccharata Sturt*) J. Agroland, 17 (2): 138-143.
- Joesron, T. S dan Fathorrozi. 2003. Teori Ekonomi Mikro Dilengkapi. Beberapa Bentuk Fungsi Produksi. Salemba Empat, Jakarta.
- Kohls, R..L. dan J.N Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. New York an Collier Macmillan Publishing, London.

- Koswara, S. 2009. Teknologi Pengolahan Jagung (Teori dan Praktek). Onlain pada <http://www.eBook Pangan.com> (Diakses 25 Oktober 2019).
- Kotler, P dan Amstorng. 2004. Dasar-dasar Pemasaran. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. 1996. Manajemen Pemasaran. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesepuluh. PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Limbong, W.H. dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Pemasaran Pertanian. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Lipsey, R.G. et al. 1995. Pengantar Mikroekonomi, Jilid kesatu Edisi Kesepuluh. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Maulidah. 2012. Pengantar Usahatani: Kelayakan Usahatani. Lab of Agribusiness Analysis ang Management, Faculty of Agriculture Universitas Brawijaya (Online pada [http://dwiretno.lecture.ub.ac.id/files/2013/10/PUT\\_13\\_KelayakanUsahatani.doc](http://dwiretno.lecture.ub.ac.id/files/2013/10/PUT_13_KelayakanUsahatani.doc), diakses pada tanggal 22 Oktober 2019).
- Meilisa, R dan A. Syarifah. 2017. Studi Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Jagung Manis (*Zea Mays L. Saccharata*) di Desa Manunggal Daya Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Pembangunan, 14 (2): 26-38.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian, Edisi ke tiga. LP3S, Jakarta.
- Mulyadi. 2005. Akutansi Biaya. Edisi Kelima. YKPN, Yogyakarta.
- Nicholson, W. 2003. *Microeconomics Theory: Basic Principles and Extensions*. (Teori Ekonomi Mikro I, alih bahasa: Deliarnov). Rajawali, Jakarta.
- Pasaribu, A. M. 2012. Kewirausahaan Berbasis Agribisnis. Andi, Yogyakarta.
- Pindyck, R. S. dan Rubinfeld, D. L. 2012. Microeconomi. (Mikroekonomi, alih bahasa: Devri Barnadi Putera). Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Purwono., dan R. Hartono. 2006. Bertanam Jagung Unggul. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Putong, I. 2003. Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rahim, A dan Diah R. D. H. 2008. Pengantar, Teori dan Kasus. Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Rahmi, A. dan Jumiati. 2003. Tanaman Jagung Manis (*Sweet Corn*). Onlai pada: [www.usahawantani.com/Tanaman-JagungManis-Sweet.Corn](http://www.usahawantani.com/Tanaman-JagungManis-Sweet.Corn). (Diakses Pada 2 November 2019).
- Rahmi, C. 2017. Analisis Usahatani Dan Pemasaran Jagung (Studi Kasus: Desa Pamah, Kecamatan Tanah Pinem, Kabupaten Dairi). Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Rifianto, A. 2010. Jagung Manis Master Sweet Bener-bener Master. Onlain pada: [azisrifianto.blogspot.com](http://azisrifianto.blogspot.com), (Diakses pada 25 Oktober 2019).
- Rubatzky, V. E dan M. Yamaguchi. 1998. Sauran Dunia: Prinsip, Produksi dan Gizi, Jilid 1. ITB Press, Bandung.
- Rukmana, H. R. 1997. Usaha Tani Jagung. Kanisius. Yogyakarta.
- Rukmana, R. 2010. Jagung Budidaya, Pascapanen, Penganekaragaman Panagan. CV Aneka Ilmu, Semarang.
- Rusmininsyah. 2018. Analisis Usahatani dan Pemasaran Jagung Hibrida di Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Skripsi Universitas Mataram, Mataram.
- Saragih, B. 2001. Suara dari Bogor: Membangun Sistem Agribisnis. Yayasan USESE bekerjasama dengan Sucofindo, Bogor.
- Soekartawi. 1993. Prinsip Dasar: Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. UI-Press, Jakarta.
- Soekartawi. 2001. Pengantar Agroindustri. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Analisis Usahatani. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Soekartawi. 2003. Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Cobb Douglas. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2006. Analisis Usahatani. UI Pers, Jakarta.
- Soekartawi. 2010. Agribisnis: Teori dan Aplikasinya. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2014. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Sukirno, S. 2006. *Ekonomi Pembangunan Proses Masalah dan Dasar Kebijakan*. Kencana, Jakarta.
- Sultan, M. S dan M. Antara. 2016. Analisis Pendapatan Usahatani Jagung Manis Pada Kelompok Tani Sukamaju I di Desa Bulupontu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. *Jurnal Agrotekbis*, 4 (3): 335-342.
- Sumarno. 1996. Model pengembangan agribisnis kacang tanah. dalam Saleh. N, K.H. Hendroatmojo. A. Kasno, A.G. Manshuri, dan A. Winarto (Penyunting). *Risalah Seminar Prospek Abribisnis Kacang Tanah di Indonesia*. Edisi Khusus BALITKABI No.7. 102-128.
- Suparta, N. 2005. *Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis*. CV. Bali Media Adhikarsa, Denpasar.
- Suprpto, H. S., dan A. R. Marzuki. 2005. *Bertanam Jagung*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Supriyanto, A., P.S. Asriani dan R. Badrudin. 2015. Analisis Usahatani dan Pemasaran Jagung di Desa Sumber Makmur Kecamatan Lubuk Pinang Kabupaten Mukomuko. *Skripsi Universitas Bengkulu, Bengkulu*.
- Suratiyah, K. 2015. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Suryanto, B. 2004. Peran Usahatani Ternak Ruminansia Dalam Pembangunan Agribisnis berwawasan lingkungan. Pidato pengukuhan Guru Besar dalam Ilmu Manajemen usahtani. Undip Semarang 6 Oktober 2004. Bp Universitas Diponegoro. Semarang.
- Syukur, M.dan A. Rifianto. 2014. *Jagung Manis*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Tuwo, M. A. 2011. *Ilmu Usahatani Teori dan Aplikasi Menuju Sukses*. Unhalu Press, Kendari.
- Wirosuhardjo. 1996. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Rineka Cipta, Jakarta.