



Volume 10, nomor 1, tahun 2024

Biogenerasi

Jurnal Pendidikan Biologi

<https://e-journal.my.id/biogenerasi>



ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN JAGUNG (*ZEA MAYS L*) DI DESA DONE KECAMATAN MAGEPANDA KABUPATEN SIKKA

Karolina Karmila, Universitas Nusa Nipa Maumere, Indonesia
Yohana Anggriani, Universitas Nusa Nipa Maumere, Indonesia
Gabriel Otan Apelabi, Universitas Nusa Nipa Maumere, Indonesia
*Corresponding author E-mail: karolinakarmilasanjaya@gmail.com

Abstract

This research aims to determine marketing channels, marketing margins and marketing efficiency of corn in Done Village, Magepada District, Sikka Regency. This type of research is quantitative descriptive analysis research. The sampling technique for farmer respondents used 15% random sampling with a total of 180 corn farmers with a total sample taken of 36 corn farmers, while traders were taken based on the census, numbering 4 people consisting of 2 collectors and 2 retailers and 2 Consumers were only taken as samples, 1 customer bought directly from farmers and 1 customer bought from retailers. The results of this research are that there are 3 marketing channels for corn in Done Village, Magepada District, Sikka Regency, consisting of 1 direct marketing channels and 2 indirect marketing channels. The marketing margin of corn in Done Village, Magepada District, Sikka Regency is marketing channels I without marketing margin, marketing channels II IDR 3.500 and marketing channels III IDR 4.500 and corn marketing efficiency in Done Village, Magepada District, Sikka Regency is marketing channels I 7,14%, marketing channels II 15,38% and marketing channels III 27,27%.

Keywords: Marketing Channels, Marketing Margin, and Marketing Efficiency.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran jagung Di Desa Done Kecamatan Magepada Kabupaten Sikka. Jenis penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel responden petani menggunakan random sampling 15% dengan jumlah petani jagung 180 orang dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 36 orang petani jagung, sedangkan pedagang diambil berdasarkan sensus yang berjumlah 4 orang yang terdiri atas 2 orang pedagang pengepul dan 2 orang pedagang pengecer dan 2 orang konsumen hanya diambil sebagai sampel, 1 orang konsumen membeli langsung pada petani dan 1 orang konsumen membeli pada pedagang pengecer. Hasil dari penelitian ini saluran pemasaran jagung yang ada di Desa Done Kecamatan Magepada Kabupaten Sikka ada 3 saluran pemasaran yang terdiri atas 1 saluran pemasaran langsung dan 2 saluran pemasaran tidak langsung. Margin pemasaran jagung yang ada di Desa Done Kecamatan Magepada Kabupaten Sikka adalah saluran pemasaran I tanpa margin pemasaran, saluran pemasaran II Rp.3.500 dan saluran pemasaran III Rp.4.500. dan efisiensi pemasaran jagung di Desa Done Kecamatan Magepada Kabupaten Sikka adalah saluran pemasaran I 7,14%, saluran pemasaran II 15,38% dan saluran pemasaran III 27,27%.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran.

© 2024 Universitas Cokroaminoto palopo

Correspondence Author :
Universitas Nusa Nipa Maumere

p-ISSN 2573-5163
e-ISSN 2579-7085

PENDAHULUAN

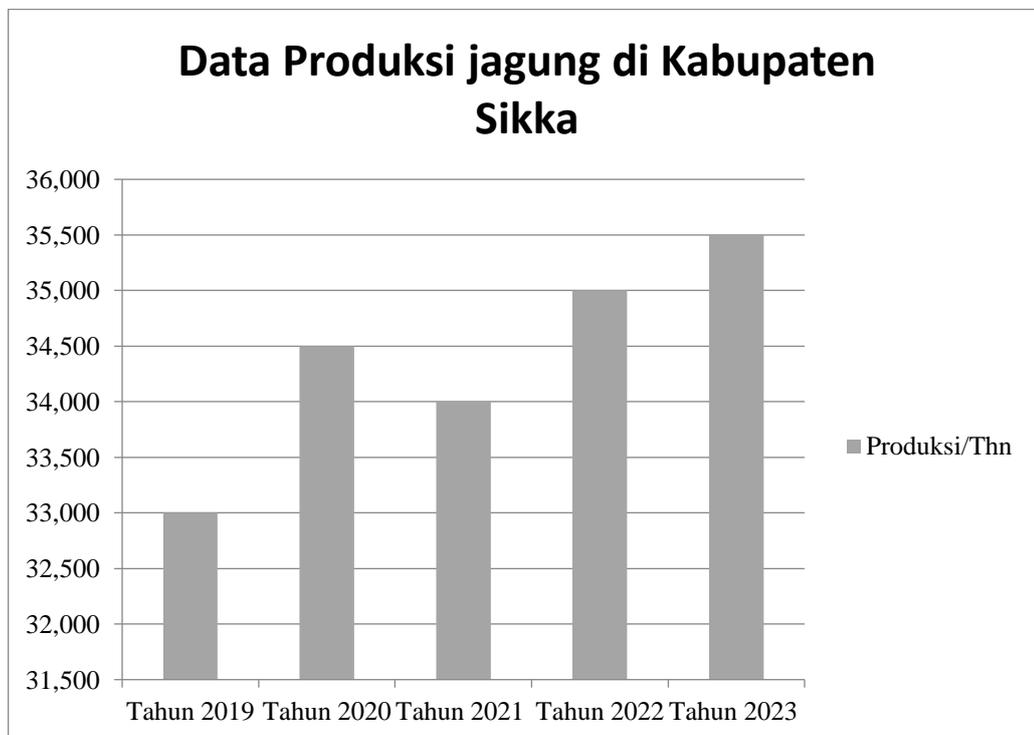
Peran sektor pertanian sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani di Indonesia. Sektor pertanian meliputi subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan dan subsektor kehutanan. Salah satu subsektor pertanian yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia adalah subsektor pangan. Jagung merupakan salah satu tanaman pangan yang memiliki peran strategis yang bernilai ekonomis dan merupakan bahan pokok pangan di Indonesia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Tanaman Pangan Nusa Tenggara Timur tercatat pada tahun 2019 produksi

jagung mencapai 830.000 ton, pada tahun 2020 meningkat menjadi 850.000 ton, pada tahun 2020, tahun 2021, tahun 2022 produksi terus meningkat hingga tahun 2023 mencapai 900.000 ton. Dari data Badan Pusat Statistik Tanaman Pangan Nusa Tenggara Timur menunjukkan peningkatan produksi jagung tiap tahunnya. (Badan Pusat Statistik Tanaman Pangan Nusa Tenggara Timur)

Kabupaten Sikka adalah salah satu daerah penghasil jagung di Nusa Tenggara Timur, sehingga memiliki potensi besar untuk meningkatkan produksi melalui optimalisasi lahan dan teknologi pertanian. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Sikka, produksi jagung di Kabupaten Sikka disajikan pada diagram di bawah :

Diagram 1. Produksi jagung di Kabupaten Sikka Tahun 2019-2023



Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sikka (2019-2023).

Pada diagram diatas dapat disimpulkan bahwa produksi jagung di Kabupaten Sikka pada tahun 2019-2023 menunjukkan jumlah produksi yang berubah-ubah . Pada tahun 2019 produksi mencapai 33.000 ton dan meningkat menjadi 35.000 ton pada tahun 2023. Desa Done merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Magepanda Kabupaten Sikka Provinsi Nusa Tenggara Timur. Penduduk yang tinggal dan berada di Desa Done bekerja sebagai petani dan pendapatan yang diperoleh penduduk di Desa Done diperoleh dari hasil

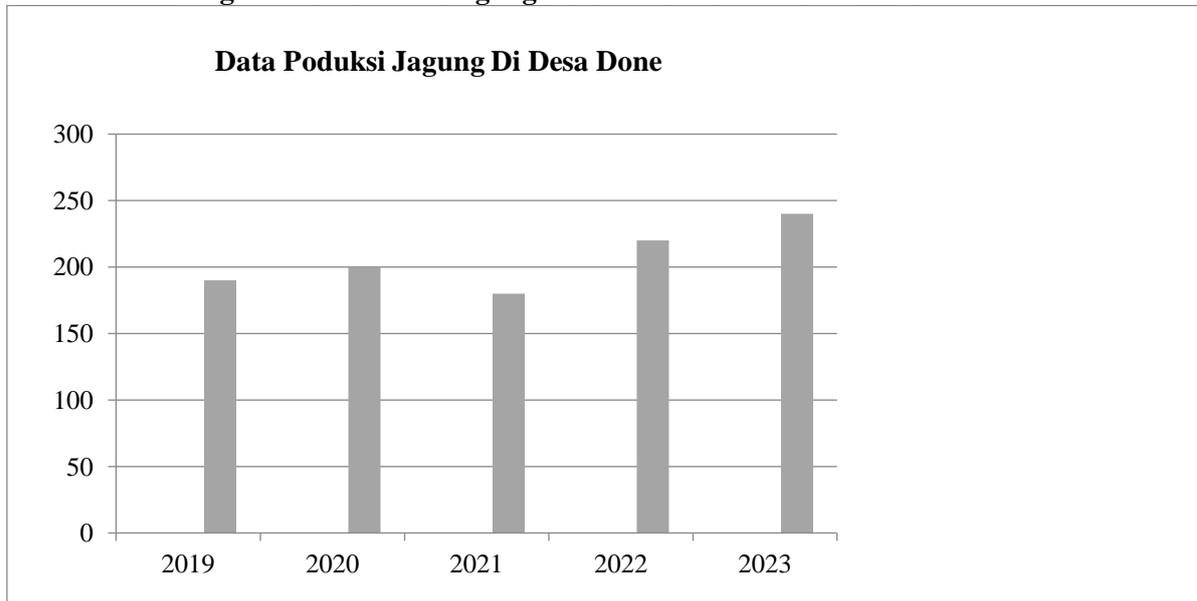
pertanian. Sehingga dari itu tingkat kesejahteraan masyarakat di Desa Done Kecamatan Magepanda Kabupaten Sikka sangat ditentukan oleh tingkat keberhasilan pembangunan, khususnya sektor pertanian. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat di Desa Done bermata pencarian sebagai petani. Menjadi petani merupakan pilihan masyarakat yang ada di Desa Done untuk mendapatkan penghasilan. Kegiatan pertanian secara sempit yang dilakukan oleh petani di Desa Done mencakup kegiatan budidaya padi sawah, padi

gogo, jagung, kacang-kacangan, umbi-umbian, perkebunan dan hortikultura. Jagung merupakan salah satu alternatif pilihan petani

yang ada di Desa Done untuk memperoleh penghasilan.

Berdasarkan data produksi jagung di Desa Done disajikan dalam bentuk diagram dibawah ini :

Diagram 2. Produksi Jagung di Desa Done Tahun 2019 – Tahun 2023.



Sumber Data : Statistik Pertanian Kecamatan Magepanda (2019-2023)

Berdasarkan diagram produksi jagung di Desa Done pada periode tahun 2019-2023 menunjukkan angka yang berubah-ubah setiap tahunnya, produksi tertinggi pada tahun 2023 yang mencapai hingga 240 ton sedangkan produksi jagung terendah berada pada tahun 2021 yaitu 180 ton yang disebabkan oleh faktor cuaca.

Permasalahan utama yang para petani jagung di Desa Done hadapi adalah saluran pemasaran yang melibatkan perantara dan turun naiknya harga yang ditawarkan kepada petani. Hal ini menyebabkan adanya margin pemasaran yang tinggi, sehingga keuntungan justru dinikmati oleh pihak perantara. Akibat hal tersebut petani tidak mendapatkan keuntungan yang layak dari hasil panen mereka. Dan permasalahan lainnya adalah keterbatasan akses pasar juga menjadi kendala para petani jagung di Desa Done. Para petani cenderung menjual hasil panen kepada pedagang pengepul karena faktor ekonomi. Hal ini menyebabkan ketidak seimbangan informasi antara petani, pedagang dan konsumen yang menyebabkan rendahnya efisiensi pemasaran.

Sesuai dengan permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi pemasaran

Jagung (*Zea Mays L*) di Desa Done Kecamatan Magepanda Kabupaten Sikka. Acuan dari penelitian ini adalah saluran pemasaran jagung, margin pemasaran jagung dan tingkat efisiensi saluran pemasaran jagung di Desa Done Kecamatan Magepanda Kabupaten Sikka.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Done Kecamatan Magepanda Kabupaten Sikka dengan kurung waktu 4 bulan dimalui dari bulan September tahun 2024 hingga Desember tahun 2025. Jenis penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara random sampling sebesar 15 % pengambilan sampel secara acak terhadap jumlah populasi petani jagung yang ada di desa Done berjumlah 180 orang petani sehingga sampel petani jagung berjumlah 36 orang. Metode pengambilan sampel pedagang pengepul menggunakan metode sensus dengan jumlah pedagang 4 orang yang terdiri atas 2 orang pedagang pengepul dan 2 orang pedagang pengecer, Dan sebagai sampel konsumen jagung maka konsumen jagung berjumlah 2 orang yang terdiri atas 1 orang konsumen yang membeli langsung pada petani

jagung dan 1 orang konsumen yang membeli pada pedagang pengecer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usia petani jagung di Desa Done 35 tahun – 55 tahun, petani yang masih tergolong petani produktif. Dan petani jagung Di Desa Done kebanyakan seorang laki-laki. Serta luas lahan petani jagung Di Desa Done bervariasi mulai dari 0,25 Ha hingga 1 Ha serta status kepemilikan lahan adalah miliki sendiri/milik pribadi. Untuk pengalaman bertani petani jagung di Desa Done berkisar 7 tahun hingga 23 tahun.

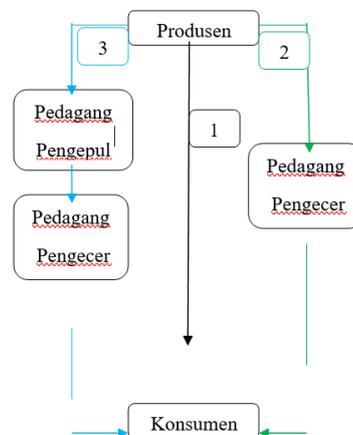
Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kemampuan berpikir dan bertindakya seseorang, tingkat pendidikan seseorang berpengaruh terhadap pola pikir dan

Pembahasan

Hasil dari penelitian tentang Efisiensi Pemasaran Jagung (*Zea Mays L*) di Desa Done Kecamatan Magepanda Kabupaten Sikka, terkait saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran sabagai berikut :

1. Saluran Pemasaran

Berdasarkan saluran pemasaran jagung di Desa Done Kecamatan Magepanda dapat melalui beberapa saluran yaitu:



Sumber : Hasil Pengelolaan Data Primer 2024

1. Saluran Pemasaran I

Pada saluran pemasaran I umumnya digunakan petani menjual jagung langsung ke konsumen. Penjualan dilakukan petani secara langsung dengan cara konsumen datang langsung ke petani untuk melakukan proses pembelian atau petani langsung menjual jagung ke konsumen.

2. Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran II meliputi petani menjual ke pedagang pengecer, pedagang pengecer menjual ke konsumen.

3. Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran III meliputi petani menjual jagung ke pedagang pengepul dan pedagang pengepul ke pedagang pengecer dan terakhir dari pedagang pengecer ke konsumen akhir.

tindakanya. Berdasarkan hasil survei dan wawancara tingkat pendidikan petani jagung di Desa Done meliputi : 21 orang SD, 9 orang SMP dan 6 orang SMA. Berdasarkan hasil tersebut petani jagung yang berpendidikan sekolah dasar mencapai 58,33%, petani jagung yang berpendidikan sekolah menengah pertama mencapai 25% dan petani jagung yang berpendidikan sekolah menengah atas mencapai 16,67% . Responden pedagang pengepul dan pedagang pengecer berjumlah 4 orang yang terdiri atas 2 orang pedagang pengepul dan 2 orang pedagang pengecer. Dengan pengalaman menjadi pedagang yang membeli hasil dari petani kurang lebih 10-20 tahun dengan latar pendidikan SD dan SMA. Responden konsumen jagung berjumlah 2 orang yang terdiri atas 1 orang konsumen yang membeli langsung pada petani dan 1 orang yang membeli dari pengecer.

Saluran 1 menunjukkan tingkat efisiensi yang paling tinggi karena tidak melibatkan perantara, sehingga margin pemasaran nol (0) sejalan dengan teori pemasaran menurut Kotler (2009), yang menyatakan bahwa semakin pendek saluran distribusi, semakin efisien proses pemasaran. Tetapi saluran I memiliki keterbatasan karena jangkauan volume beli konsumen di pengaruh hanya melayani konsumen beli di sekitaran Desa Done dan beberapa Wilayah di Kecamatan Magepanda.

Saluran II dan III melibatkan perantara sehingga menyebabkan peningkatan biaya dan margin pemasaran. Meskipun demikian,
2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Untuk mengetahui margin pemasaran jagung di Desa Done yang terlibat, maka rata-rata margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran yang ada di Desa Done adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Margin Pemasaran

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp)	Harga Beli (Rp)	Margin (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
I	Produsen	7.000		-	Rp.500
	Konsumen		7.000		-
Total					Rp.500
2	Produsen	6.500		-	Rp.500
	Pedagang Pengecer	10.000	6.500	3.500	Rp.500
	Konsumen		10.000		-
Total					Rp.1.000
3	Produsen	5.500		-	Rp.500
	Pedagang Pengepul	7.000	5.500	1.500	Rp.500
	Pedagang Pengecer	10.000	7.000	3.000	Rp.500
	Konsumen		10.000	-	-
Total					Rp.1.500

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Primer 2024

- Saluran Pemasaran I
Pada saluran pemasaran I tidak ada margin pemasaran atau tidak ada selisih harga, karena petani menjual langsung ke konsumen akhir.
- Saluran Pemasaran II
Pada saluran pemasaran II tingkat dua (2) dari pedagang pengecer ke konsumen memiliki selisih harga atau margin pemasaran sebesar Rp. 3.500/kg, dan untuk saluran pemasaran II tingkat (1) tidak memiliki selisih karena saluran pemasaran tingkat satu/pertama (1). Sehingga dari itu pada saluran pemasaran II ini total margin pemasaran Rp.3.500/kg.
- Saluran Pemasaran III
Pada saluran pemasaran III tingkat dua (2) dari pedagang pengepul ke pedagang pengecer memiliki selisih harga mencapai Rp. 1.500/kg, saluran pemasaran tingkat tiga (3) dari pedagang pengecer ke konsumen memiliki selisih harga atau margin pemasaran sebesar Rp. 3.000/kg, dan untuk saluran pemasaran III tingkat satu (1) adalah saluran tingkat awal dari beberapa tingkat saluran sehingga tidak

memiliki selisih harga. Pada saluran pemasaran III memiliki margin pemasaran dengan total Rp.4.500/kg

Margin pemasaran tertinggi di temukan di saluran III perbedaan margin menunjukkan adanya biaya tambahan pada saluran dengan lebih banyak perantara. Hal ini sesuai dengan penelitian Sutrisno (2020), yang menyatakan bahwa margin pemasaran akan meningkat seiring bertambahnya jumlah pelaku di saluran distribusi. Margin pemasaran yang tertinggi pada saluran III disebabkan oleh biaya transportasi dan penyimpanan yang lebih besar. Margin ini juga memberikan keuntungan kepada pedagang pengepul dan pedagang pengecer yang berperan memperluas jangkauan pemasaran jagung hingga luar wilayah Desa Done.

3. Efisien Pemasaran

Efisiensi adalah gambaran proses distribusi yang memiliki biaya rendah namun keuntungan yang maksimal.

Tabel 2 Efisiensi Pemasaran

Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Total Nilai Produk (Rp/Kg)	Tingkat efisiensi %
Saluran I	500	7.000	7,14
Saluran II	1.000	6.500	15,38
Saluran III	1.500	5.500	27,27

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Primer 2024

- Saluran pemasaran I memiliki presentase efisiensi sebesar 7,14% yang artinya efisien.
- Saluran Pemasaran II memiliki presentase efisiensi 15,38% yang artinya efisien.
- Saluran Pemasaran III memiliki presentase efisiensi 27,27% yang memiliki arti efisien.

Tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat efisiensi saluran pemasaran jagung di Desa Done yang paling efisien adalah saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II karena tingkat efisiensi saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II lebih rendah yang menunjukkan bahwa rendahnya margin pemasaran saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II dibandingkan saluran pemasaran III. Menurut Mufidah et al (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa margin pemasaran yang tinggi menunjukkan rendahnya efisiensi, karena petani menerima harga jauh lebih rendah dibandingkan harga konsumen akhir. Peningkatan efisiensi dapat di capai jika memotong rantai distribusi yang terlalu panjang.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis efisiensi pemasaran jagung (*Zea Mays L*) di Desa Done Kecamatan Magepanda Kabupaten Sikka Sebagai Berikut: Saluran pemasaran jagung yang ada di Desa Done terdiri atas tiga saluran. Tingkat efisiensi pemasaran jagung yang ada di Desa Done berdasarkan hasil yang di dapatkan oleh penulis berada pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II yang paling efisien dengan presentase efisiensi

saluran pemasaran I sebesar 7,14% dan saluran pemasaran II sebesar 15.38%.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan oleh peneliti maka peneliti memberikan saran yang menjadi pertimbangan sebagai berikut: Diharapkan para petani membuat produk olahan dengan bahan baku jagung dan menanam jagung manis. Untuk lembaga pertanian diharapkan dapat memberikan fasilitas sarana dan prasarana kepada para petani jagung khususnya di Desa Done dalam kegiatan pemasaran jagung agar para petani lebih sejahtera.

DAFTAR RUJUKAN

- Badan Pusat Statistik Tanaman Pangan Nusa Tenggara Timur 2019-2023.
 Badan Pusat Statistik Kabupaten Sikka 2019-2023.
 Hidayat, A., dan Nurul, I. (2023). "Pengaruh Transportasi Informasi Harga terhadap Efisiensi Saluran Pemasaran". *Jurnal Pemasaran Agribisnis*, 16(3), 55-65
 Mufidah, N., Sari, R. P. Dan Wijaya, H. (2020). "Analisis Margin Pemasaran dan Efisiensi Saluran distribusi Komoditas Pertanian". *Jurnal Aribisnis dan Ekonomi Pertanian*, 12(2), 101-110.

Statistik Pertanian Kecamatan Magepanda
2019-2023.

Sutrisno. (2020). “pengaruh Jumlah Pelaku
Distribusi terhadap Peningkatan
Margin Pemasaran pada Komoditas
Pertanian”. *Jurnal Ekonomi dan
Pemasaran Agribisnis*. 18(2),75-85.