

**ANALISIS STRUKTUR PERILAKU DAN KINERJA
PEMASARAN KOMODITAS JAGUNG DI DESA
CAMPAGAYA KECAMATAN GALESONG
KABUPATEN TAKALAR**

**NUR RAHMADANI
105961115418**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2022**

**ANALISIS STRUKTUR PERILAKU DAN KINERJA PEMASARAN
KOMODITAS JAGUNG DI DESA CAMPAGAYA KECAMATAN
GALESONG KABUPATEN TAKALAR**

**NUR RAHMADANI
105961115418**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)**

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2022

27/05/2022

1 cap
Sub Alim

F/0101/AGB/220

RAM

a

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Komoditas Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

Nama : Nur Rahmadani

Stambuk : 105961115418

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui
Pembimbing Utama Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M.Si.
NIDN: 0915056401


Sablan, S.P., M.Si.
NIDN: 091119101

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Andi Khaerivah, M.Pd.
NIDN: 0926036803


Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NIDN: 0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Komoditas Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

Nama : Nur Rahmadani

Stambuk : 105961115418

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M.Si.
Ketua Sidang

2. Sahlan, S.P., M.Si.
Sekretaris

3. Dr. Ir. Abd. Halil, S.P., M.P.
Anggota

4. Rasdiana Mudatsir, S.P., M.Si.
Anggota

Tanggal Lulus : 12 Mei 2022

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Komoditas Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar, 20 April 2022

Nur Rahmadani



ABSTRAK

NUR RAHMADANI. 105961115418. Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar. Dibimbing oleh **MUH ARIFIN FATTAH** dan **SAHLAN**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai April 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah petani jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar sebanyak 25 orang petani, 5 pedagang pengumpul dan 3 pedagang besar, dari jumlah tersebut dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan teknik sampel jenuh.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Struktur Pasar dengan menggunakan analisis pangsa pasar dan CR2, sedangkan kinerja pasar menggunakan analisis sistem penentuan harga dan sistem pembayaran, dan kinerja pasar menggunakan analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer share* dan efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pangsa pasar di Desa Campagaya yaitu pasar oligopsoni dan nilai CR2 tingkat petani sebesar 74,88% dan tingkat pedagang pengumpul yaitu 78,17%. Sedangkan sistem penentuan harga beli jagung di Desa Campagaya ditentukan oleh pedagang pengumpul dengan rata-rata harga Rp. 3.716/Kg dimana sistem pembayarannya menggunakan sistem tunai. Dimana saluran pemasarannya yaitu, petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dimana nilai margin pemasarannya sebesar Rp. 784, sedangkan nilai *farmer share* sebesar 82,57% dan nilai efisiensi pemasaran sebesar 11,55% dimana pemasarannya jagung di Desa Campagaya efisien.

Kata Kunci: Struktur Pasar, Perilaku Pasar dan Kinerja Pasar

ABSTRACT

NUR RAHMADANI. 105961115418. Analysis of The Behavior Structure and Performance of Corn Marketing in Campagaya Village, Galesong District, Takalar Regency. Guided by **MUH ARIFIN FATTAH** and **SAHLAN**.

This study aims to find out the Analysis of Corn Marketing Behavior structure and Performance in Campagaya Village, Galesong District, Takalar Regency. This study was carried out from February to April 2022. The population in this study was corn farmers in Campagaya Village, Galesong District, Takalar Regency as many as 25 farmers, 5 collecting traders and 3 wholesalers, of which the number was sampled using saturated sample techniques.

The data analysis technique used in this study is Market Structure Analysis using market share analysis and CR2, while market performance uses analysis of pricing systems and payment systems, and market performance using marketing channel analysis, marketing margins, farmer share and marketing efficiency.

The results of this study showed that the market share in Campagaya Village is the oligoponics market and the cr2 value of the farmer level is 74.88% and the collecting merchant rate is 78.17%. While the corn purchase price determination system in Campagaya Village is confirmed by collecting merchants with an average price of Rp. 3.716 / Kg where the payment system uses a cash system. Where the marketing channels are farmers, collecting merchants, wholesalers, where the marketing margin value is Rp. 784, while the farmer share value is 82.57% and the marketing efficiency value is 11.55% where the marketing of corn in Campagaya Village is efficient.

Keywords: Market Structure, Market Behavior and Market Performance

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
JURUSAN PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Sholawat serta salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari beberapa pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat.

1. Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M.Si., selaku pembimbing I dan Sahlan, S.P., M.Si., selaku pembimbing ke II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orangtua tercinta ayahanda Syarifuddin dan ibunda Muliati, dan kakak-kakakku tercinta Syahrul Hidayat dan Hanuria serta adikku tercinta Siti

Mardiyah Syarif dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Kepada pihak pemerintah Kecamatan Galesong khususnya Kepala Desa Campagaya beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di daerah tersebut.
7. Kepada sahabat saya Yunika Haris, Yuri Aloun dan Jihan Fahira yang telah memberikan dukungan moril serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga limpahan rahmat Allah senantiasa tercurah kepada kita semua. Aamiin.

Makassar, April 2022

Nur Rahmadani

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Komoditas Jagung.....	6
2.2 SCP (<i>Structure, Conduct, Performance</i>).....	7
2.3 Pemasaran.....	10
2.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	16
2.5 Kerangka Pikir.....	19
III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	21
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	21
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.6 Defenisi Operasional.....	29
IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN.....	31
4.1 Letak Geografis.....	31
4.2 Kondisi Demografis.....	32

4.3 Kondisi Pertanian	34
V HASIL DAN PEMBAHASAN	35
5.1 Karakteristik Responden	35
5.2 Struktur Pasar	41
5.3 Perilaku Pasar	45
5.4 Kinerja Pasar	46
VI KESIMPULAN DAN SARAN	52
6.1 Kesimpulan	52
6.2. Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Luas Panen Tanaman Pangan dan Palawija di Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar tahun 2018-2019	2
2.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	16
3.	Perhitungan Pangsa Pasar	25
4.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	32
5.	Jumlah Peenduduk Berdasarkan Usia	33
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	34
7.	Umur Responden	35
8.	Tingkat Pendidikan Responden	37
9.	Jumlah Tanggungan Keluarga Responden	38
10.	Pengalaman Usahatani Responden	39
11.	Jumlah Luas Lahan Responden	40
12.	Analisis Konsentrasi pasar	42
13.	Margin Pemasaran Jagung	48
14.	Biaya Pemasaran	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor

Halaman

Teks

1. Kerangka Pikir Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar 20
2. Saluran Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar 47
3. Peta Lokasi Kecamatan Galesong 61



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Kusioner Penelitian	56
2.	Peta Lokasi Penelitian	61
3.	Identitas Responden Pada Petani Jagung	62
4.	Biaya Variabel	63
5.	Biaya Tetap	65
6.	Total Biaya	66
7.	Penerimaan	67
8.	Identitas Responden Pada Pedagang Pengumpul	68
9.	Analisis Konsentarsi Rasio	73
10.	Margin Pemasaran	74
11.	Biaya-Biaya di setiap Lembaga Pemasaran	77
12.	Penerimaan	78
13.	Identitas Responden Pada Pedagang Pengumpul	79
14.	Analisis Konsentrasi Rasio Tingkat Petani	80
15.	Biaya-biaya di setiap lembaga pemasaran di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar	80
16.	Margin Pemasaran Jagung Di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar	80
17.	Biaya-biaya di setiap lembaga pemasaran di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar	81

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang agraris karena memiliki sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan yang memegang peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Baik secara pertumbuhan, pendapatan, lapangan pekerjaan maupun sebagai sumber devisa bagi negara. Sektor pertanian, kehutanan dan perikanan masih menjadi sektor andalan bagi Indonesia karena kebanyakan dari penduduk Indonesia memiliki mata pencaharian di bidang pertanian, kehutanan dan perikanan.

Pemasaran merupakan mata rantai yang memiliki peranan yang sangat penting terhadap pendapatan petani. Kelancaran berbagai jenis komoditas perdagangan, khususnya komoditas pokok yang penting merupakan kunci bagi tercapainya stabilitas ekonomi kerakyatan dan berbagai peningkatan produksi di berbagai bidang. Meningkatnya produksi akan membawa pengaruh yang sangat luas bagi perkembangan ekonomi sehingga tersedianya pasar untuk hasil pertanian, walaupun produksi dapat ditingkatkan akan tetapi gagal dalam memasarkan hasil produksinya maka akan sia-sia usaha yang dilakukan untuk meningkatkan produksi pemasaran (Sunarto dalam Ningsih, 2012).

Jagung (*Zea mays*) merupakan salah satu tanaman pangan penghasil karbohidrat yang terpenting di dunia, selain gandum dan padi. Jagung merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomi tinggi serta berpotensi untuk dikembangkan. Kebutuhan jagung nasional dari tahun ke tahun

terus meningkat, tidak hanya karena pertumbuhan penduduk Indonesia, tetapi juga karena meningkatnya usaha peternakan dan industri pangan.

Sektor pertanian memberikan kontribusi yang sangat besar dalam mendorong perekonomian di Sulawesi Selatan. Hal ini disebabkan karena sebagian besar penduduk yang ada di Sulawesi Selatan mempunyai mata pencaharian di bidang pertanian. Berdasarkan letak geografisnya Kabupaten Takalar merupakan salah satu daerah yang sesuai untuk pengembangan tanaman jagung dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya. Sebab subsektor pertanian yang prospektif dikembangkan adalah tanaman jagung karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi bagi masyarakat. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Luas Panen Tanaman Palawija di Kecamatan Galesong (Hektar)

Komoditas	2018	2019
Padi	2.818,7	3.064,6
Jagung	851,2	-
Kedelai	29,0	-
Kacang Tanah	-	-
Kacang Hijau	19,3	-
Ubi Kayu	2,0	-
Ubi Jalar	2,0	-
Tanaman Pangan	3.720,2	3.064,6

Sumber: Dinas Pertanian Melalui Laporan Statistik Tanaman Pangan, Padi (2018-2019)

Berdasarkan tabel 1, diatas menunjukkan bahwa luas panen tanaman palawija (jagung) di Kecamatan Galesong pada tahun 2018 menghasilkan produksi sebanyak 851, 2, yang cukup tinggi dibandingkan dengan tanaman palawija lainnya. Sedangkan padi menunjukkan peningkatan luas panen dari tahun 2018 yaitu sebanyak 2.818,7 menjadi 3.064,6 pada tahun 2019.

Desa Campagaya merupakan salah satu daerah sentra produksi komoditas jagung yang cukup tinggi dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya yang ada di Kecamatan Galesong. Ini dapat dilihat dengan meningkatnya permintaan produksi komoditas jagung setiap tahunnya di desa tersebut, hal ini yang membuat masyarakat di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar semakin banyak yang meningkatkan kualitas produksi tanaman jagungnya, sebab dengan kualitas jagung yang bagus maka nilai jual juga akan semakin tinggi.

Struktur pasar yang ada di Desa Campagaya sangat mempengaruhi produsen dan pedagang dalam menentukan harga. Karena produsen tidak mempunyai kekuatan untuk menentukan harga pada pasar persaingan sempurna, karena semua pelaku pasar bertindak sebagai pengambil harga (*Price Taker*). Namun kemampuan untuk mempengaruhi harga tersebut muncul ketika struktur pasarnya tidak sempurna, bahkan produsen dan pedagang dapat bertindak sebagai pembentuk harga (*Price Maker*) jika struktur pasarnya monopoli. Berbagai studi empiris menunjukkan bahwa struktur pasar komoditas pertanian tidak sempurna sehingga pedagang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga pasar (Tjahjono *et al.*, 2008).

Petani yang ada di Desa Campagaya masih mengandalkan sektor pertanian, sebab sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya pada bidang pertanian. Desa Campagaya merupakan salah satu daerah yang penghasil jagung yang berkualitas, itu dapat dilihat dengan upaya petani jagung dalam meningkatkan hasil produksinya dari tahun ketahun. Dengan kualitas jagung yang bagus maka akan meningkatkan harga jual jagung dipasaran. Akan tetapi petani

yang ada di Desa Campagaya masih bergantung pada lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul yang menampung hasil panennya. Kondisi pemasaran yang tidak efisien membuat petani sulit mendapatkan peningkatan atau kesejahteraan (Magfira, 2016).

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Komoditas Jagung Kuning di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Struktur Pasar Komoditas Jagung Di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar?
2. Bagaimana Perilaku Pasar Komoditas Jagung Di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar?
3. Bagaimana Kinerja Pasar Komoditas Jagung Di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Struktur Pasar Komoditas Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar
2. Untuk Mengetahui Perilaku Pasar Komoditas Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar
3. Untuk Mengetahui Kinerja Pasar Komoditas Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat memberikan informasi dan rekomendasi mengenai Struktur Perilaku dan Kinerja Peemasaran Jagung Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemerintah pada masa yang akan datang guna meningkatkan produktivitas pertanian.
2. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terkait penelitian ini sehingga dapat dijadikan acuan. Serta dapat memperluas wawasan tentang Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Jagung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komoditas Jagung

Jagung (*Zea Mays*) merupakan salah satu komoditas pertanian yang ekonomis dan berpeluang untuk dikembangkan. Jagung biasanya digunakan sebagai bahan baku industri makanan, industri kimia, industri farmasi dan pakan ternak. Perkembangan produksi jagung di Indonesia selama lima tahun terakhir mengalami peningkatan. Kemampuan tanaman bersaing dengan gulma ditentukan oleh spesies gulma, kepadatan gulma, saat dan lama persaingan, cara budidaya dan varietas tanaman serta tingkat kesuburan tanah. Bentuk persaingan yang terjadi antara gulma rumput teki (*Cyperus Rotundus*) dan tanaman jagung (*Zea Mays*) meliputi persaingan untuk cahaya, nutrisi, air, kadar garam, CO₂ dan ruang tumbuh.

Di Indonesia jagung merupakan hasil palawija pertama yang memegang peranan penting dalam pola menu makanan masyarakat Indonesia setelah beras. Produksi jagung relatif besar yaitu kisaran antara 1,86-3,77 juta ton setiap tahun. Jagung diperkirakan menyumbang 24% kalori dan 30% protein bagi masyarakat Indonesia sepanjang umur rata-ratanya. Jagung sebagai bahan pangan dapat memberikan nilai gizi seperti karbohidrat, lemak, protein dan beberapa vitamin dan mineral penting dalam jumlah yang cukup besar dibandingkan dengan biji-bijian lainnya. Perbedaan antar varietas hanya terletak pada perbandingan susunan komponen-komponen tersebut, biji jagung dapat menyumbang sekitar 15-56% total kalori harian dan dapat digunakan sebagai pengganti protein hewani di negara-negara berkembang yang harganya sangat mahal (Arief dan Asnawi, 2009).

Salah satu upaya yang ditempuh dalam upaya meningkatkan produksi tanaman jagung baik kualitas maupun kuantitasnya adalah penggunaan benih bermutu. Untuk itu pengelolaan faktor-faktor pertumbuhan dalam rangka menghasilkan benih jagung perlu dikelola secara maksimal, rendahnya produksi jagung di akibatkan oleh benih bermutu yang tidak tersedia pada saat dibutuhkan termaginalnya pengembangan jagung lokal. Ketersediaan benih diharapkan tidak sekedar benih yang dapat tumbuh lalu berkembang dan pada akhirnya memebentuk biji dan buah, melainkan aharus memiliki vigor tinggi, sehingga toleran tumbuh dan berkembangnya pada kisaran kondisi lahan yang luas, serta tahan simpan (Maemunah, 2008).

2.2 SCP (Structure, Conduct, Performa)

Struktur pasar, perilaku dan kinerja merupakan tiga elemen yang dapat menggambarkan industri perbankan Indonesia, atau dikenal dengan paradigma SCP (*Structure, Conduct and Performance*). SCP digunakan untuk mengukur hubungan ketiganya. Paradigma SCP pertama kali dicetuskan oleh Bain dan Mason pada tahun 1940. Dan model yang paling sederhana yaitu model linear yang dikemukakan oleh Stephen Martin pada tahun 1988, yaitu struktur yang mempengaruhi perilaku dan perilaku mempengaruhi kinerja. Semakin kecil derajat kompotisi dalam suatu industri, maka keuntungan yang diperoleh perusahaan akan semakin besar (Husnawati dan Nuswantara, 2014).

Struktur, perilaku dan kinerja pasar merupakan pendekatan yang dilakukan untuk memecahkan permasalahan khususnya dalam pemasaran produk pertanian (Sinaga dkk, 2014). Permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran termasuk

margin pemasaran yang tinggi, fluktuasi harga, risiko produk pertanian segar dan pengolahan produk pertanian masih segar yang masih rendah. Struktur pasar secara sederhana merupakan kumpulan berbagai faktor yang memengaruhi tingkat kompetensi dipasar (Rahayu, 2013).

2.1.1 Struktur Pasar

Struktur pasar berkaitan dengan lingkungan dimana pasar tersebut beroperasi. Lingkungan tersebut menyangkut banyaknya produsen atau perusahaan, fungsi biaya, fungsi keuntungan dan kendala yang menghalangi produsen masuk kedalam satu industri. Elemen struktur pasar terdiri dari pangsa pasar, konsentrasi pasar. Pangsa pasar adalah seberapa besar suatu perusahaan menguasai pasar yang diperhitungkan dengan persen.

1. Pangsa Pasar

Pangsa pasar sering digunakan sebagai indikator proksi untuk melihat adanya kekuatan pasar dan menjadi indikator tentang seberapa pentingnya suatu perusahaan di dalam pasar. Setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya sendiri, dan besarnya berkisar antar 0-100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar dalam praktik bisnis merupakan tujuan atau motivasi perusahaan. Perusahaan dengan pangsa pasar yang baik akan menikmati keuntungan dan penjualan produk dan kenaikan harga sahamnya (Jaya, 2008).

2. Indeks Konsentrasi Pasar

Indeks konsentrasi pasar digunakan untuk mengukur suatu tingkat konsentrasi. Ukuran-ukuran ini mempunyai kelemahan dan keunggulan

tersendiri, jadi tidak ada ukuran konsentrasi perusahaan yang benar-benar sempurna. (Douglas F Greer pada tahun 1984 dalam Hasibuan 1993), menjelaskan bahwa terdapat empat sebab pokok terjadinya konsentrasi industri yang meningkat atau menurun, yaitu sebagai berikut:

- a. Nasib baik (*Luck*)
- b. Sebab teknis (Luas pasar, Skala ekonomi, Kelangkaan sumberdaya dan pertumbuhan pasar serta kemajuan teknologi).
- c. Kebijakan pemerintah (Undang-undang anti-monopoli, Patent, Lisensi dan berbagai regulasi).
- d. Kebijakan perusahaan dalam mengambil keputusan (*Marjer*, *Differensiasi* produk dan praktek-praktek bisnis yang membetasi perusahaan untuk beroperasi).

2.1.2 Perilaku Pasar

Perilaku pasar merupakan tindakan-tindakan individu yang melibatkan pembelian penggunaan barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut sebagai pengalaman dengan produk, pelayanan dari sumber lainnya (Peter, 2014).

Dalam menganalisis perilaku pasar ini, maka dibutuhkan tiga pelaku pasar yang memiliki kepentingan berbeda. Produsen mengkehendaki harga yang tinggi, pasar output mengkehendaki pilihan beberapa pembeli (tidak terjadi struktur monoposonis atau oligopsoni). Tersedia waktu pasar yang cukup, serta kekuatan tawar menawar yang kuat. Lembaga pemasaran menghendaki keuntungan maksimal, yakni selisih margin pemasaran dengan biaya yang relatif besar untuk

melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Konsumen mengkehendaki tersedianya produk pertanian sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dengan harga wajar (Sudiyono, 2002)

2.1.3 Kinerja Pasar

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri dimana hasil biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan dalam suatu industry. Secara lebih terperinci kinerja dapat juga tercerminkan melalaui efisiensi, pertumbuhan (termasuk perluasan pasar), kesempatan kerja, prestasi professional, kesejahteraan personilia dan kebanggaan kelompok. Kinerja (*Performance*) suatu pasar merupakan unsur terakhir dalam konsep teori organisasi industri selain struktur dan perilaku. Kinerja pasar dapat diukur *price margin*, pola *profit*, efisiensi, kemajuan teknologi, *equity distribution*.

2.3 Pemasaran

Pemasaran (Marketing) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memebrikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia itulah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*Product*), penetapan harga (*Price*), pengiriman barang (*Place*) dan mempromosikan barang (*Promotion*). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut sebagai pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran

agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju (Rachmawati, 2011).

Adapun fungsi-fungsi pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang memperlancar pemindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan.
2. Fungsi fisik adalah semua tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu.
3. Fungsi fasilitas adalah kegiatan-kegiatan yang dapat membantu sistem pemasaran agar mampu beroperasi lebih lancar. Fungsi ini meliputi, informasi pasar, penggunaan risiko, standarisasi dan *grading* serta pembiayaan.

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat ditengah masyarakat, maka pengertian *Marketing* atau pemasaran lebih populer atas dasar sistem dasar pertukaran, artinya memperoleh barang dan jasa dengan jalan membayar dengan alat tukar yaitu, (uang, cek dan sebagainya). System pertukaran barang dan jasa ini dapat berhasil dengan baik dengan didukung oleh faktor-faktor pendukungnya seperti transportasi, perbankan, asuransi, peraturan-peraturan pemerintah, kelembagaan (pedagang, tengkulak, pengecer, eksportir, importir), dan sebagainya (Soekartawi, 2002).

Sistem pemasaran pertanian merupakan salah satu kesatuan urutan lembaga-lembaga pemasaran, tugasnya melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperoleh aliran produk pertanian dari produsen awal ketangan konsumen akhir. Begitu pula sebaliknya memperlancar aliran uang, nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh Lembaga-lembaga pemasaran, baik

ditangan konsumen akhir ke tangan produsen awal dalam suatu system komoditas (Syahza, 2008).

Dalam proses pemasaran hasil produksi petani jagung diharapkan agar senantiasa tingkat harga jagung tetap tinggi. Proses pemasaran jagung mencakup semua biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan produksi jagung dari petani maupun pedagang.

Biaya yang dikeluarkan untuk setiap lembaga pemasaran berbeda satu sama lainnya. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul antara lain; biaya pengemasan, biaya pengangkutan, biaya tenaga kerja dan biaya penggilingan. Sedangkan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer antara lain biaya restribusi. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul lebih besar jika dibandingkan dengan pedagang pengecer, karena pedagang pengumpul mengelolah hasil produksi jagung yang dibeli dari petani menjadi beras jagung, sedangkan pengecer menunggu hasil yang telah diolah tersebut (Cristoporus dan Sulaiman, 2009).

2.3.1 Saluran dan Lembaga Pemasaran

Kebanyakan produsen tidak menjual barang-barang mereka secara langsung kepada pengguna akhir, diantara mereka ada perantara yang melakukan berbagai fungsi. Perantara ini menetapkan satu saluran pemasaran (juga disebut sebagai saluran perdagangan dan saluran distribusi). Saluran pemasaran merupakan organisasi-organisasi yang saling tergantung yang mencakup dalam proses pembuatan produk dan tau jasa menjadi tersedia dan siap untu dikonsumsi. Mereka adalah perangkat jaluryang diikuti produk atau jasa setelah produksi, yang

berkulminasi pada pembeli dan penggunaan oleh konsumen akhir (Kotler dan Keller, 2007).

Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan besarnya biaya yang dikeluarkan (marjin pemasaran yang tinggi) serta ada bagian yang dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang. Hal tersebut cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memeperbesar biaya yang dibayarkan konsumen. Panjang pendeknya saluran pemasaran ditandai dengan jumlah pedagang perantara yang harus dilalui mulai dari petani sampai kepada konsumen akhir (Syahza 2008).

Perantara seperti pedagang pengecer, yang membeli berhak atas dan menjual kembali barang dagangannya, perantara lainnya seperti broker perwakilan produsen, agen penjualan, mencari pelanggan dan dapat bernegosiasi atas nama produsen, tetapi tidak memiliki hak atas barang. Oleh karena itu mereka disebut agen, masih ada perantara lain, seperti perusahaan transportasi, Gudang independent, bank, agen periklanan, yang membantu dalam proses distribusi tetapi juga tidak memiliki hak atas barang dan tidak menegosiasikan pembelian atau penjualan (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009).

Jadi dapat diartikan bahwa, perusahaan lembaga yang secara langsung terlibat dalam pengaliran barang dari produsen kekonsumen disebut lembaga pemasaran. Proses pemasaran meliputi proses-proses pengumpulan, pengembangan dan penyebaran, sehingga lembaga yang bekerja didalamnya menurut Abdul Kadir Hamid dan I.B Teken 1972, dapat dibedakan sebagai berikut:

- a. Pedagang pengumpul adalah mereka yang membeli hasil-hasil pertanian dari petani-petani produsen, kemudian hasil itu dikumpulkan pada suatu tempat atau pada beberapa tempat dan dijual kepada pedagang-pedagang lain.
- b. Pedagang pengecer adalah mereka yang secara langsung menjual atau mengecerkkan barang kepada konsumen.
- c. Pedagang pengumpul adalah mereka yang membeli dan menerima barang dari pedagang pengecer.

Pemasaran komoditas jagung merupakan salah satu interaksi terlaksananya transaksi jual beli jagung yang dilakukan oleh petani sebagai produsen. Saluran pemasaran jagung yang dihasilkan oleh petani kemudian dijual kepada pedagang pengumpul desa atau kelompok tani yang berbeda pada wilayah tersebut.

2.3.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran (Suherty, 2009). Dengan kata lain margin pemasaran adalah perbedaan harga ditingkat lembaga dan system pemasaran atau perbedaan antar jumlah yang dibayar konsumen dan jumlah yang diterima produsen atas produk pertanian yang diperjual-belikan. Selain secara verbal, margin pemasaran dapat dinyatakan secara matematis dan secara grafis.

Ada tiga metode untuk menghitung margin pemasaran yaitu dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran komoditi spesifik, membandingkan

harga pada berbagai level pemasaran serta mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang (Massofa, 2008).

2.3.3 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber atau biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan (Danfar, 2009). Pengukuran efisiensi pemasaran yang menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2002).



2.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel. 2 Peneletian Terdahulu Yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	(Fatmawati dan Zulham, 2019) "Analisis Marjin dan efisiensi pemasaran petani jagung (Zea Mays) di Desa Suka Makmur Pohuwato Provinsi Gorontalo"	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat marjin sebesar Rp. 370 antara pedagang pengumpul dan pedagang besar, pedagang pengumpul membeli hasil produksi jagung petani dengan harga Rp. 2.330/kg kemudian dijual pada pedagang besar dengan harga Rp. 2.700/kg dan efisiensi saluran pemasaran yaitu 13,43%. Hal ini berarti saluran pemasaran jagung sudah efisien.
2.	(Dea Arien Alinda Dewi, Darsono dan Agustono, 2018) "Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung (Zea Mays) di Kabupaten Wonogiri"	Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis.	Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran jagung hibrida di Kabupaten Wonogiri terdapat 4 tipe saluran pemasaran. Saluran pemasaran 1 adalah petani-pedagang pengumpul desa-pedagang besar-pabrik pakan. Saluran pemasaran 2 adalah petani-pedagang pengumpul kecamatan-pedagang besar-pabrik pakan. Saluran pemasaran 3 adalah petani-pedagang pengumpul kecamatan-pedagang luar kota. Saluran pemasaran 4 adalah petani-pedagang besar-pabrik pakan. Pada saluran pemasaran

No.	Judul Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
			4 merupakan saluran yang paling tinggi tingkat efisiensinya karena memiliki presentase margin pemasaran yang hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat efisiensi pemasaran jagung di Kabupaten Wonogiri termasuk dalam kategori efisien.
3.	(Ardi Rumallang, Jumiyati, Akbar Dan Nadir, 2019) "Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Kentang Di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa"	Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik <i>snowball sampling</i> .	Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan. (1) secara kualitatif struktur pasar kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa menuju kepada struktur pasar persaingan sempurna. (2) perilaku pasar kentang membentuk tiga saluran pemasaran yaitu pemasaran 1 (produsen-konsumen), pemasaran 2 (produsen-pedagang-pengumpul-pedagang-pengecer-konsumen) dan pemasaran 3 (produsen-pedagang-pengumpul-pedagang-pengecer-konsumen). (3) kinerja pemasaran yang paling banyak memperoleh keuntungan yaitu pada pemasaran 3 yaitu sebesar Rp.11.500/kg.
4.	Muda Restu Pratama (2017) "Analisis <i>Structure-Conduct-</i>	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif	Maelihat hasil penelitian yang sudah dianalisis dan melihat keberadaan industry tahu dalam kondisi persaingan yang ketat, maka dapat ditarik kesimpulan

No.	Judul Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>Performance</i> (SCP) Pada Industri Olahan Kecil Dan Menengah Makanan Olahan Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada IKM Tahu Di Kecamatan Payung Sekaki)		bahwa struktur industri tahu mempunyai besaran penguasaan pangsa pasar dengan tingkat penguasaan pangsa pasar (MS) tertinggi ada terdapat pada beberapa pelaku sevesar 8,91%. Perilaku industri tahu hasil penelitian, perhitungan niali CLR pada industri tahu di Kecamatan Payung sekaki memiliki kecenderungan sebagai industri padat modal, hal ini berdasarkan perhitungan nilai rasio biaya modal (Capital) terhadap biaya tenaga kerja yang relative besar. Sedangkan kinerja industri mencerminkan bagaimana pengaruh kekuatan persaingan tingkat keuntungan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaannya.
5.	Asmina Herawaty Sinaga (2018) "Analisis Komoditas Jagung (Zea Mays L)	Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis keuntungan	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa komoditas jagung di daerah penelitian memiliki keunggulan kompetitif dan usaha jagung yang ada di daerah tersebut sudah efisien

2.5 Kerangka Pikir

Jagung merupakan tanaman pangan terpenting penghasil karbohidrat kedua setelah padi. (Tangedjaja dan Wina, 2011). Dan sampai sekarang jagung masih menjadi sektor andalan bagi petani yang ada di Desa Campagaya.

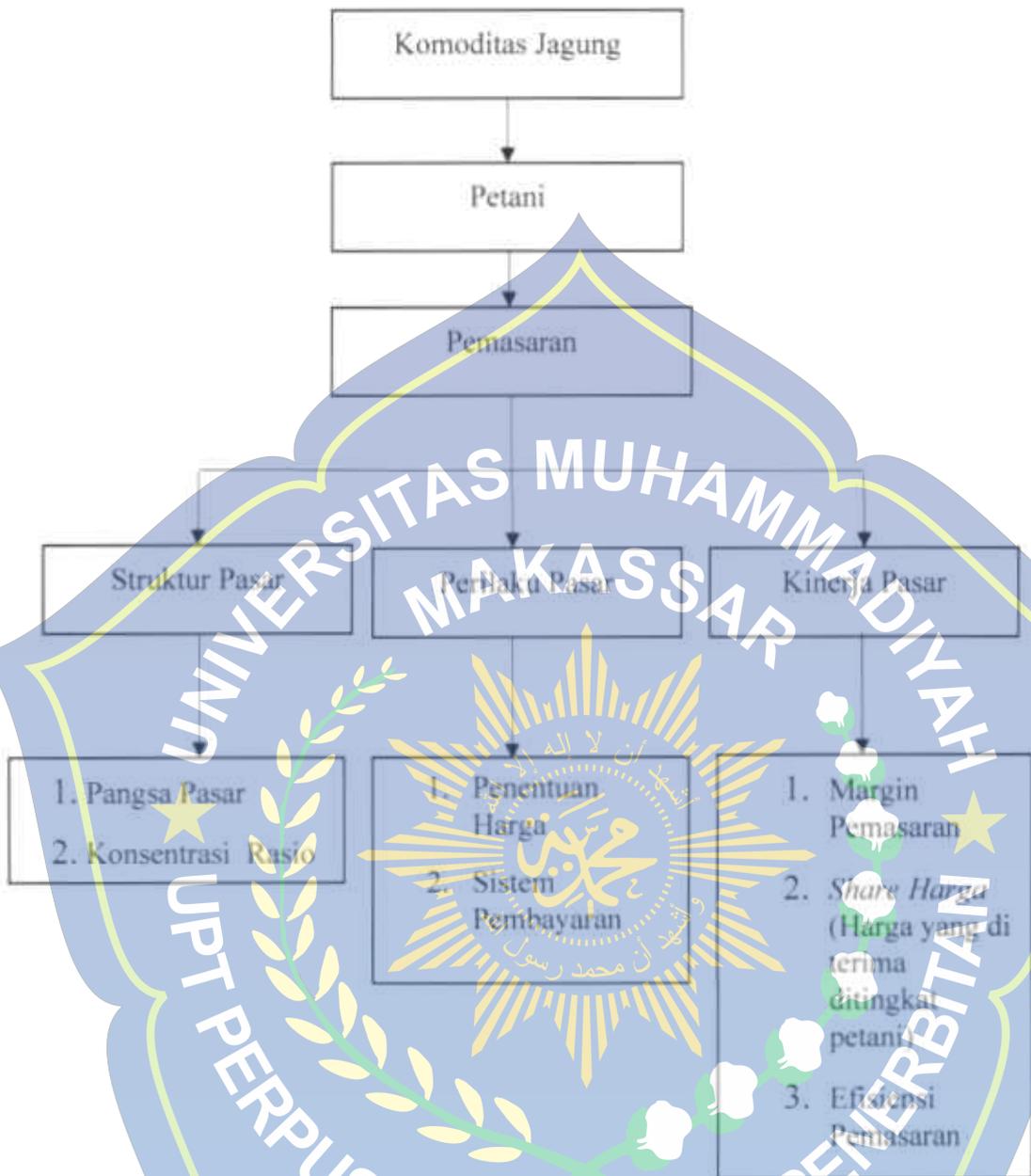
Desa Campagaya merupakan salah satu daerah sentra penghasil jagung di Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar. Dimana petani yang ada di desa tersebut masih menggantungkan hidupnya di bidang pertanian khususnya budidaya tanaman jagung. Pemasaran hasil produksi jagung di Desa Campagaya dapat diukur melalui tiga bagian yaitu struktur, perilaku dan kinerja pemasaran.

Struktur pasar diukur melalui pangsa pasar, konsentrasi pasar, dan jenis pasar yang menguasai atau yang paling dominan dalam proses jual beli komoditas jagung di Desa Campagaya kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

Perilaku pasar diukur melalui pengambilan keputusan dalam penentuan harga baik petani maupun setiap lembaga pemasaran yang terlibat dan bagaimana sistem pembayarannya yang dilakukan. Sedangkan Kinerja pasar diukur melalui Margin Pemasaran, *Share* Harga (Harga yang diterima ditingkat petani), dan Efisiensi Pemasaran.

Dalam penelitian ini dikembangkan suatu konsep atau kerangka pikir dengan tujuan untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Dengan adanya kerangka pikir ini maka tujuan yang akan dicapai oleh penulis dalam penelitian akan lebih terarah karena telah berkonsep secara jelas.

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar yaitu pada bulan Februari sampai April 2022.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah petani jagung, pedagang pengumpul dan pedagang besar, dimana petani jagung sebanyak 25 orang, pedagang pengumpul sebanyak 5 orang dan pedagang besar sebanyak 3 orang. Penentuan sampel menggunakan teknik sampel jenuh atau sensus. Menurut Supriyanto dan Machfud (2010), Teknik sampel jenuh yaitu metode penarikan sampel bila semua populasi dijadikan sampel. Hal ini sering dilakukan apabila subjeknya kurang dari 30 orang lebih baik diambil semua.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data kualitatif merupakan data yang diperoleh melalui *observasi* dan wawancara secara langsung kepada petani jagung kuning di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.
2. Data kuantitatif merupakan data yang di diperoleh melalui angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap variabel yang diwakilinya (Sugiyono, 2015).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan cara *observasi* dan wawancara menggunakan kusioner kepada responden (Sugiyono, 2015).
2. Data sekunder merupakan data yang di peroleh secara tidak langsung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sangat penting karena berkaitan dengan data yang diperoleh selama penelitian berlangsung, sehingga dapat menjawab permasalahan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara survei atau pengamatan langsung terhadap keadaan di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

2. Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab terhadap petani jagung dan masyarakat yang ada di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil foto atau gambar pada setiap kegiatan yang dilakukan selama berada di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

3.5 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis struktur perilaku dan kinerja pemasaran pada komoditas jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Dimana analisis deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan secara mendalam dan terperinci tentang struktur, perilaku dan kinerja pemasaran jagung yang ada di desa tersebut.

Sedangkan analisis data kuantitatif yaitu menjelaskan tentang angka-angka yang menunjukkan variabel yang diwakilinya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.5.1 Analisis Struktur Pasar

Struktur pasar dianalisis secara kuantitatif dilakukan untuk melihat pangsa pasar dan konsentrasi rasio serta perbandingan antara data sekunder produksi jagung. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi dan wawancara yaitu peneliti menyiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden untuk memperoleh data primer dan studi dokumentasi yaitu pengumpulan data bisa dari bahan bacaan atau data angka untuk memperoleh data sekunder yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil dari jawaban responden dalam penelitian ini diuraikan secara deskriptif

untuk menggambarkan dan memaparkan mengenai struktur pasar komoditas jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar dengan melihat, Jumlah lembaga pemasaran, Ada tidaknya diferensiasi produk, dan Pengetahuan tentang informasi pasar disamping itu struktur pasar dianalisis secara deskriptif kuantitatif melalui analisis Konsentrasi Rasio (Cr).

$$Cr = \frac{VP}{VD} \times 100\%$$

Keterangan:

Cr = Konsentrasi Rasio

VP = Volume Pembelian Jagung (kg)

VD = Volume yang diperdagangkan (kg)

Analisis struktur pasar menggunakan alat analisis derajat konsentrasi pasar atau pembeli satu komoditas atau produk dari lembaga pemasaran yang ada dalam suatu wilayah pasar, alat analisis pasar yang digunakan adalah:

1. Pangsa Pasar

Adalah persentase pasar yang ditentukan dalam ukuran unit maupun sebagai indikator tentang apa yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap kompetitornya dengan dukungan perubahan dalam penjualan (Panagiotou, 2006).

Tabel 3. Perhitungan Pangsa Pasar

Produsen Komoditas Jagung	Jumlah Produksi	Konsentrasi Rasio (CR)	Market Share
1	A	a/x	(a/x) x 100
2	B	b/x	(b/x) x 100
3	C	c/x	(c/x) x 100
4	D	d/x	(d/x) x 100
-	-	-	-
N	M	m/x	(m/x) x 100
Total	a+b+c+d.....+m=x	1	100

Untuk mencari pangsa pasar terlebih dahulu mencari total jumlah produksi produsen komoditas jagung kemudian jumlah produksi dibagi dengan total jumlah produksi untuk mencari konsentrasi rasio (CR). Dan untuk mencari market share maka hasil dari jumlah produksi dibagi konsentrasi rasio kemudian dikali seratus.

2. Konsentrasi Rasio

CR2 (*Concentration Ratio For The Biggest Two*) ialah penjualan pangsa pasar disuatu wilayah pasar. Perhitungan ini menggunakan formula sebagai berikut:

$$CR2 = S1 + S2$$

Keterangan:

CR2 = *Concentration Ratio for The Biggest Two*

S = Pangsa pasar dari lembaga pemasaran

S1 = Pangsa pasar dari lembaga pemasaran 1

S2 = Pangsa pasar dari lembaga pemasaran 2

Menurut Yuprin (2009) kriteria untuk menentukan struktur pasar adalah:

- $CR2 < 20\%$ Merupakan pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna.
- $20\% \leq CR2 \leq 80\%$ Merupakan pasar yang tidak sempurna oligopsoni.
- $CR2 > 80\%$ Merupakan pasar sangat terkonsentrasi dan cenderung ke arah monopsoni

2.5.2 Perilaku Pasar

Analisis perilaku pasar dilakukan secara deskriptif dan kualitatif yang akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan di deskripsikan sesuai dengan kriteria perilaku pasar yaitu sistem penentuan harga, sistem pembayaran dan kerjasama antar lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong.

2.5.3 Kinerja Pasar

Kinerja pasar diukur melalui margin pemasaran, *farmer share* (harga yang diterima oleh petani) dan efisiensi pemasaran.

1. Margin pemasaran

Asmaratanka (2012) menjelaskan definisi margin sebagai cerminan dari aktivitas-aktivitas bisnis atau fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam sistem pemasaran. Selain itu margin adalah kumpulan balas jasa kegiatan produktif (menambah atau menciptakan nilai guna) dalam mengalirkan produk-produk agribisnis mulai dari petani sampai ke tangan konsumen akhir. Adapun rumus margin pemasaran yaitu sebagai berikut:

$$TMP = Pr - Pf$$

Keterangan:

TMP = Total Marjin Pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat kelembagaan pemasaran (Rp/kg)

Pf = Harga ditingkat petani atau produsen (Rp/kg)

2. *Farmer Share* (Harga yang diterima oleh petani)

Farmer share berhubungan negatif dengan marjin pemasaran. Bila marjin pemasaran semakin tinggi, maka bagian yang diterima petani semakin rendah, dirumuskan sebagai berikut:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan

Fs = Share Harga ditingkat petani (%)

Pf = Harga ditingkat petani atau produsen (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat kelembagaan pemasaran (Rp/kg)

3. Efisiensi Pemasaran

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dilihat dengan, apabila saluran pemasaran < 50% maka saluran pemasaran efisien dan jika > 50% maka pemasaran tidak efisien. Rumusnya yaitu sebagai berikut:

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

NP = Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

Kriteria efisiensi pemasaran yaitu:

Menurut Soekartawi (2002)

Eps > 50% = Tidak Efisien

Eps < 50% = Efisien



3.6 Defenisi Operasional

Defenisi operasional dalam penelitian ini adalah penentu kontrak yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur atau ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Adapun defenisi operasional variabel- variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jagung merupakan salah satu tanaman penghasil karbohidrat terpenting kedua setelah padi (beras).
2. Petani adalah orang yang melakukan susahatani jagung kuning sebagai pekerjaannya.
3. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.
4. Struktur pasar adalah informasi tentang perilaku usaha dan kinerja pasar yang dijelaskan melalui keadaan pasar. Umumnya struktur pasar dibedakan menjadi struktur pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna.
5. Pangsa pasar adalah jenis pasar yang berlaku.
6. Konsentrasi rasio adalah penjualan pangsa pangsa pasar disetiap wilayah tertentu.
7. Perilaku pasar adalah pola kebiasaan pasar yang meliputi proses pengambilan keputusan serta kegiatan fisik produsen atau lembaga-lembaga pemasaran terhadap produk tertentu, konsisten selama periode waktu tertentu.
8. Sistem penentuan harga adalah adalah bagaimana cara menentukan harga.
9. Sistem pembayaran adalah alat tukar yang digunakan dalam proses jual beli.

10. Kinerja pasar adalah kinerja suatu perusahaan yang dapat di ukur dari indikator disetiap lembaga pemasaran.
11. Margin pemasaran adalah proses penyaluran produk sampai ke konsumen.
12. Share harga adalah harga yang diterima ditingkat petani.
13. Efisiensi pemasaran adalah ukuran terhadap suatu pemasaran.



IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

Desa Campagaya adalah bagian dari 14 Desa di Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar. Desa Campagaya berjarak kurang lebih 3 Km dari Ibu Kota Kecamatan Galesong dan 7 Km dari Ibu Kota Kabupaten Takalar serta 15 Km dari Makassar yang notaben Ibu Kota Sulawesi Selatan. Luas Wilayah Desa Campagaya adalah 148 Ha.

Secara garis besar Desa Campagaya terdiri dari 3 dusun, yaitu Dusun Campagaya, Dusun Kampungberu dan Dusun Borongtaipaya. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 589 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 578 jiwa total penduduk Desa Campagaya sebanyak 1.167 jiwa dengan spesifikasi jumlah kepala keluarga sebanyak 348 KK (Kartu Keluarga) dengan mata pencaharian sebagai Petani, Buruh, Pedagang dan Pegawai.

Secara administratif wilayah Desa Campagaya mempunyai batas-batas sebagai berikut:

- Bagian utara : Desa Kalebarembeng
- Bagian Selatan : Desa Tarowang
- Bagian Timur : Desa Bontomangape
- Bagian Barat : Desa Kalebarembeng

Adapun keadaan iklim di Desa Campagaya tidak jauh berbeda dengan kondisi iklim di Desa lainnya di Kecamatan Galesong. Pada musim kemarau berlangsung antara bulan Juni hingga pertengahan bulan Desember dan musim

hujan antara pertengahan bulan Desember hingga bulan Maret dan memiliki suhu harian sekitar 25-33 °C. Wilayah Desa Campagaya memiliki dataran dengan ketinggian 23 mdpl.

4.2 Kondisi Demografis

4.2.1 Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah penduduk Desa Campagaya sebanyak 1.167 jiwa yang terdiri laki-laki sebanyak 589 jiwa dan perempuan sebanyak 578 jiwa dan jumlah kepala keluarga (KK) sebanyak 348 KK. Rincian untuk jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	589	50,47
2.	Perempuan	578	49,53
	Total	1.167	100

Sumber: Kantor Desa Campagaya 2022

Berdasarkan Tabel 4 di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah penduduk didominasi oleh Laki-laki dengan presentase 50,47% karena angka kelahiran di Desa Campagaya lebih banyak yang lahir berjenis kelamin laki-laki di bandingkan berjenis kelamin perempuan dimana presentase perempuan sebesar 49,53 %.

5.1.4 Pengalaman Usahatani

Pengalaman usahatani dapat dilihat dari lamanya seorang petani dalam melakukan usahatannya. Semakin lama petani melakukan ushatani maka akan semakin banyak pengalamannya. Dengan pengalaman yang dimiliki petani maka petani dapat mengembangkan keahliannya dalam berusahatani jagung secara efektif.

Tabel 10. Persentase Pengalaman Usahatani Petani Jagung di Desa Campagaya

Pengalaman Usahatani (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
2-14	10	40
15-27	2	8
28-40	9	36
41-53	3	12
54-66	1	4
Total	25	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Data tabel 10 di atas menunjukkan bahwa pengalaman usahatani petani jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar sangat beragam, menunjukkan bahwa jumlah persentase tertinggi yaitu 40% dimana terdapat 10 orang dengan pengalaman berusahatani yaitu 2-14 tahun lamanya. Sedangkan persentase tertinggi kedua yaitu 36% dengan rata-rata pengalaman usahatani nya berkisar 28-40 tahun. Selanjutnya persentase tertinggi ketiga yaitu 12% dengan jumlah petani sebanyak 3 orang dengan pengalaman usahatani rata-rata 41-53 tahun, selanjutnya persentase tertinggi keempat yaitu 8% dimana rata-rata pengalaman usahatani nya 15-27 tahun. Sedangkan persentase terendah yaitu 4% dimana rata-rata pengalaman usahatani nya yaitu 54-66 tahun.

meningkat. Akan tetapi luas lahan tidak mempengaruhi harga jual komoditas jagung, melainkan kualitas yang akan dinilai oleh pedagang.

5.2 Struktur Pasar

Usahatani merupakan kegiatan manusia dalam mengelola sumberdaya alam dengan memperoleh hasil produksi yang dapat meningkatkan pendapatan petani jagung. Komoditas jagung merupakan salah satu sektor yang diminati oleh para petani di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar. Dimana petani jagung menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul secara langsung.

Budidaya tanaman jagung banyak diminati oleh petani karena memiliki keuntungan yang menjanjikan selain padi dan tanaman lainnya. Dalam pemasaran jagung di Desa Campagaya petani memasarkan ke pedagang pengumpul secara langsung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di lapangan, tidak terjadi diferensiasi terhadap produk yang ada di tingkat petani dan pedagang pengumpul. Diferensiasi produk merupakan proses pembedaan produk atau jasa yang dijual dari petani ke pedagang besar bersifat homogen.

5.2.1 Pangsa Pasar

Tabel 12. Analisis Konsentrasi pasar (CR2) Pada Pemasaran Jagung di Desa Campagaya

No	Tingkat	Jenis Struktur Pasar	Pangsa Pasar
1.	Petani	Pasar tidak sempurna Oligopsoni	74,88%
2.	Pedagang Pengumpul	Pasar yang tidak sempurna Oligopsoni	78,17%

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Pada tabel 12 hasil analisis konsentrasi pasar pada kedua lembaga pemasaran dapat diketahui bahwa konsentrasi rasio pada tingkat petani memiliki nilai $CR \leq 74,88\%$ sedangkan pada tingkat pedagang pengumpul memiliki nilai $CR \leq 78,17\%$ dimana jenis struktur pasar keduanya baik ditingkat petani maupun tingkat pedagang pengumpul yaitu oligopsoni. Pasar oligopsoni adalah keadaan suatu pasar yang hanya memiliki sedikit pembeli. Produk yang ditawarkan dapat sejenis maupun beragam dengan adanya persaingan harga dan non harga. Petani jagung di Desa Campagaya masih sangat bergantung pada pengumpul dalam menjual hasil panennya, karena informasi yang di dapatkan kurang dan pedagang yang menguasai pasar tersebut sedikit sehingga terjadi ketergantungan satu sama lain baik antara petani dan pedagang maupun pedagang dengan pedagang lainnya.

5.2.2 Konsentrasi Rasio

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar, struktur pasar pada tingkat petani yang dihitung dengan menggunakan CR2 adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 CR2 &= S1+S2 \\
 &= 25,12+49,76 \\
 &= 74, 88\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis konsentarsi rasio CR2 tingkat petani menunjukkan bahwa nilai oligopsoni konsentrasi sedang yaitu 78, 88%. Dari hasil penelitian yang telah di lakukan di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar terdapat 25 orang yang berusahatani jagung, dimana dalam menghitung CR2 atau (*Consenetration Ratio For The Biggest Two*) yaitu mengklasifikasikan terlebih dahulu petani yang memiliki produksi tertinggi secara keseluruhan, dimana terdapat 5 petani yang memiliki produksi jagung tertinggi di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

Sedangkan untuk konsentrasi rasio untuk pedagang pengumpul yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 CR2 &= S1+S2 \\
 &= 27,59+50,58 \\
 &= 78,17\%
 \end{aligned}$$

Hasil analisis konsentrasi rasio tingkat pedagang pengumpul menunjukkan bahwa nilai oligopsoni konsentrasi sedang yaitu sebesar 78,17%. Dimana terdapat 5 pedagang pengumpul yang biasa membeli hasil panen jagung dari petani yang ada di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

Struktur pasar adalah penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya

produsen, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam pasar. Pada analisa ekonomi dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna (monopoli, oligopoli, monopolistik, monopsoni, dan oligopsoni). Semua masyarakat di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar yang melakukan usahatani jagung merupakan penghasil atau produsen jagung. Jumlah petani jagung di Desa Campagaya sebanyak 25 orang yang setiap tahunnya melakukan usahatani jagung. Dan pedagang pengumpul yaitu sebanyak 5 orang. Pedagang pengumpul yang biasa membeli jagung di Desa Campagaya biasanya pedagang pengumpul dari luar daerah tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar pedagang pengumpul berperan sebagai (*Price Maker*), atau sebagai orang yang menentukan harga jagung yang akan di beli dari petani di Desa Campagaya dan tentunya penentuan harga oleh pedagang pengumpul biasanya akan di diskusikan kepada petani terlebih dahulu. Setelah petani setuju dengan harga beli yang di tetapkan oleh pedagang pengumpul maka biasanya petani akan menjual jagungnya berdasarkan harga yang telah di sepakati oleh kedua belah pihak. Banyaknya produsen tidak mempengaruhi harga jual jagung sebab petani tidak memiliki kekuatan penuh dalam menentukan harga di pasaran melainkan pedagang pengumpul yang memegang kendali penuh dalam menentukan harga beli. Berdasarkan penjelasan diatas maka jenis pasar yang ada di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar adalah pasar oligopsoni.

5.3 Perilaku Pasar

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar. Perilaku pasar yang dimaksud adalah petani dan semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung, dimana perilaku pasar dapat diukur melalui cara petani dan pedagang pengumpul dalam pengambilan keputusan terhadap penentuan harga jual jagung.

5.3.1 Sistem Penentuan Harga

Harga merupakan nilai suatu barang yang akan diperjual belikan. Dimana dalam suatu kegiatan pemasaran tidak lepas dari proses penentuan harga. Seperti halnya pada kegiatan pemasaran jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar penentuan harga beli jagung sepenuhnya ditentukan oleh pedagang pengumpul sehingga petani tidak memiliki kesuatan dalam menentukan harga. Akan tetapi harga yang ditetapkan biasanya telah disetujui oleh kedua belah pihak agar dalam proses pemasaran tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

Harga jual petani kepada pedagang pengumpul yaitu Rp. 3.716/Kg. Sistem pembayarannya pedagang pengumpul kepada petani dalam bentuk tunai, petani biasanya tidak akan melayani pedagang pengumpul yang membayar dengan sistem angsuran hal ini disebabkan karena terbatasnya modal petani jagung yang biasanya

akan memutar kembali modalnya dalam usahatani lainnya dari hasil penjualan jagung tersebut.

5.3.2 Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul kepada petani jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar dalam proses transaksi jual belinya yaitu menggunakan sistem pembayaran secara tunai yang tentunya telah di sepakati bersama. Alasannya karena sistem pembayaran tunai sangat memudahkan petani dan pedagang pengumpul dalam melakukan transaksi jual beli jagung. Karena kebanyakan petani di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar ada yang tidak mengetahui cara bertransaksi secara non tunai. Karena transaksi secara non tunai lebih memakan waktu yang lama, sebab apabila ingin melakukan transaksi harus kemesin ATM terlebih dahulu. Jarak bank yang agak jauh dari Desa Campagaya juga memakan waktu yang cukup lama.

5.4 Kinerja Pasar

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kinerja pasar yang ada di Desa Campagaya dapat diketahui dari tingkat harga yang terbentuk di pasar serta penyebaran harga ditingkat petani jagung samapi kepedagang. Kinerja pasar dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu margin pemasaran, farmer share dan efisiensi pemasaran.

5.4.1 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan alur yang dilalui komoditas yang perjual belikan dari tangan produsen sampai kepada tangan konsumen. Adapun saluran

pemasaran jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar ssebagai berikut.

Saluran Pemasaran



Gambar 2. Saluran Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

Berdasarkan gambar pola saluran pemasaran jagung di atas maka dapat diketahui bahwa saluran pemasaran jagung yang ada di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar hanya terdapat 1 saluran pemasaran saja, dimana petani menjual hasil panennya langsung kepada pedagang pengumpul dengan kisaran harga Rp. 3.500/Kg sampai Rp. 3.700/Kg. Dengan rata-rata harga jual yaitu Rp. 3.716/Kg. Sedangkan pedagang pengumpul menjual hasil produksi jagung tersebut kepada pedagang besar dengan harga jual Rp. 4.500/Kg, dimana pedagang besar biasa menjualnya kepada perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang pakan ternak, disitulah kemudian konsumen akhir membeli pakan ternak.

Petani yang ada di desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul yang berada di luar daerah tersebut, yaitu di desa Bontoramba.

5.4.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang terjadi antara suatu barang atau jasa yang dibayarkan pedagang besar dengan harga yang diterima produsen. Analisis dari margin pemasaran serta pembagian harga merupakan salah satu cara mengetahui efisiensi suatu pemasaran. Adapun margin pemasaran jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 13. Margin Pemasaran

Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin Pemasaran
Produsen (Petani Jagung)	-	3.716	-
Pedagang Pengumpul	3.716	4.500	784
Pedagang Besar	4.500	-	-

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 13 diatas menunjukkan bahwa margin pemasaran di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar yaitu rata-rata harga jual petani berada pada kisaran Rp. 3.716/Kg sedangkan harga jual pedagang pengumpul yaitu Rp. 4.500/Kg. Maka margin pemasaran pemasaran yaitu sebesar Rp. 784/Kg. Margin pemasaran tersebut di dapatkan dari harga di tingkat pedagang pengumpul dikurangi dengan harga di tingkat produsen. Karena semakin tinggi margin pemasaran, maka hasil yang diterima oleh petani semakin rendah. Sebaliknya jika margin pemasaran rendah, maka hasil yang diterima oleh petani semakin tinggi.

Margin pemasaran didapatkan dari total perhitungan biaya yang dikeluarkan dengan keuntungan alur pemasaran yang ikut berperan dalam proses pemasaran.

Proses berpindahnya produk dari produsen ke konsumen memerlukan biaya, dengan adanya biaya maka harga suatu produk akan meningkat. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan serta margin pemasaran pada lembaga pemasaran terhadap saluran yang digunakan petani jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar dapat dilihat pada tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14. Biaya-Biaya Pada Saluran Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)
1	Petani	
	Harga jual	3.716
2	Pedagang Pengumpul	
	Harga Beli	3.716
	Biaya Tenaga Kerja	300
	Biaya Transportasi	220
	Harga jual	4.500
3	Pedagang Besar	
	Harga Beli	4.500
	Total Biaya	520
	Margin Pemasaran	784
	Keuntungan	264

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2022

Tabel 14 diatas menunjukkan bahwa biaya-biaya pada setiap lembaga pemasaran dimulai dari tingkat petani sampai dengan pedagang besar. Dimana nilai tersebut di dapat dari nilai penyusutan, biaya tenaga kerja yaitu Rp. 300/Kg, sedangkan biaya transportasi yaitu Rp. 220/Kg. Sehingga di dapatkan total biaya pemasaran yaitu Rp. 520/Kg dimana keuntungan yang di dapat yaitu sebesar Rp. 264/Kg.

5.4.3 Farmer Share (Harga Yang Diterima Ditingkat Petani)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar maka perbandingan harga yang diterima di tingkat petani jagung dengan biaya harga di tingkat pedagang besar maka farmer share dapat diketahui dengan hasil analisis sebagai berikut:

$$\begin{aligned}Fs &= \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \\ &= \frac{3,716}{4,500} \times 100\% \\ &= 82,57 \%\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai *Farmer Share* pemasaran yaitu sebesar 82,57%. *Farmer share* pemasaran tersebut di dapatkan dengan cara harga jual dari petani dibagi dengan harga beli sampai konsumen akhir. Dimana semakin tinggi farmer share maka semakin tinggi pula bagian yang diterima oleh petani. Sebaliknya apabila *farmer share* rendah maka semakin kecil pula bagian yang diterima oleh petani.

5.4.4 Efisiensi Pemasaran

Perbandingan antara biaya pemasaran dengan harga jual yang ada ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen (%) adalah pengertian dari efisiensi pemasaran. Untuk dapat menentukan efisiensi pemasaran jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar, maka harus diketahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam

memasarkan produk dan berapa harga ditingkat konsumen dari lembaga pemasaran.

Efisiensi pemasaran dapat dihitung melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} EP &= \frac{BP}{NP} \times 100\% \\ &= \frac{520}{4,500} \times 100\% \\ &= 11,55\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis efisiensi pemasaran pada pola saluran pemasaran jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar, efisien yaitu, 11,55% karena 50%. Saluran pemasaran yang terdapat di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar melibatkan 3 lembaga pemasaran yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, karena produk yang dihasilkan di Desa Campagaya adalah bahan mentah maka pemasarannya hanya sampai kepada pedagang besar tidak sampai kepada konsumen akhir maka dari itu nilai NP (Harga ditingkat konsumen) di ambil di tingkat pedagang besar. Hal ini sesuai dengan pendapat Putri dkk (2014) bahwa efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari panjang pendeknya distribusi barang, dimana semakin panjang rantai pemasarannya maka semakin tidak efisien.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka penulis menarik kesimpulan bahwa :

1. Struktur pasar di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar mengarah pada jenis pasar oligopsoni.
2. Perilaku pasar di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar yaitu pedagang pengumpul memegang peran penting dalam menentukan harga.
3. Kinerja pasar yang ada di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar memiliki margin pemasaran yang relatif sedang, dimana pemasarannya efisien

6.2 Saran

Sebaiknya perilaku pasar yang ada di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar di perbaiki dengan cara penentuan harga di tingkat petani dilakukan dengan sistem tawar-menawar agar kedua belah pihak saling menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardi Rumallang, Jumiati, Akbar, Nadir. (2019). Analisis Struktur Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa. *Journal Agriculture*, 83-90.
- Asmarantaka, R. W. (2012). Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Bogor: IPB Press
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Takalar. Galesong Dalam Angka tahun 2022.
- Dea Arief Alinda Dewi, D. A. (2018). Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung (*Zea Mays*) Di Kabupaten Wonogiri. *Journal of Agricultural Socioeconomic and Business*, 23-33.
- Dynasari, W.A.F. (2010). Pendekatan S-C-P Pada Pengukuran Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Buana Sains* Vol 10 No 1: 57-66. Malang
- Fatmawati, Z. (2019). Analisis Margin dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung (*Zea Mays*) di Desa Sukamakmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Agriculture Technology Journal*, 19-29.
- Irwan N.F. (2021). Analisis Cabai Rawit (*Capsum frutescens L.*) di Desa Makmur Kecamatan Pattilanggio Kabupaten Pohuwato. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan* Volume 9 No.3. Pohuwato.
- Pratama, M. R. (2017). Analisis Structure-Conduct-(SCP) Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Kota Pekanbaru. *JOM Fekon*, 661-675.
- Rahayu, ES. 2013. Analisis struktur pasar (*market structure*) jagung di Kabupaten Grobogan. *Journal of Rural and Development*. 4(1): 1- 17.
- Sinaga, VR, A Fariyanto, dan N Tinaprilla. 2014. Analisis struktur, perilaku, dan kinerja pemasaran kentang Granola di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*. 4(2): 101-120.
- Sudiyono, (2002). Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Tangendjaja, B. dan E. Wina. 2011. Limbah Tanaman dan Produk Sampingan Industri Jagung Untuk Pakan. Balai Penelitian Ternak, Bogor.
- Ulfa Ashari dan Syamsir. (2021). Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung di Provinsi Gorontalo. *Jurnal Agribisnis Indonesia* Vol 9 No 1, Gorontalo Indonesia.

Miar dan Ronaldo Batubara. (2019). Analisis Konsentrasi Rasio Industri Besar dan Sedang di Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen Vol.16, No 20, Palangka Raya.

Natalia, Tri Candra, Panji Deoranto, dan Mas"Ud Effendi. 2011. Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pasar Pada Sentra Industri Bakpia Yogyakarta. Jurnal industri, vol.1 No. 1 hal 50-56.

Navisa, Siti, Anik Suwandari, dan Julian Adam Ridjal. 2014. Analisis Struktur Dan Perilaku Serta Kinerja Pasar Ubi Kayu Di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso. JuranAl Berkala Ilmiah Pertaanian. Volume x, Nomor x, Bulan Juli, hlm x-x.

Untari, septiana nur. 2018. Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar (SCP) Pada Komunitas Kopi Di Kabupaten Malang. Skripsi Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian-Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang.



L

A

M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR

P

I

R

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

A

N

Lampiran 1: Kusioner Penelitian

No. Responden :

Hari/Tanggal :

Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Jagung di Desa Campagaya
Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

DAFTAR PERTANYAAN

A. Identitas Responden

1. Nama
2. Umur : Tahun
3. Jenis Kelamin
4. Pendidikan Terakhir
5. Pekerjaan Pokok
6. Pengalaman Berusahatani : Tahun
7. Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang
8. Luas Lahan : ha

B. Petani

1. Sudah berapa lama saudara/I bekerja sebagai petani jagung.....(Tahun)
2. Apakah saudara/I memiliki jenis usaha lain?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Jika ya, sebutkan:

3. Berapa jumlah luas lahan yang digarap?
4. Berapa produksi yang dihasilkan dalam sekali panen.....(Kg)

5. Berapa harga jual jagung.....(Kg)
6. Apakah saudara/i memiliki tenaga kerja?
7. Berapa upah tenaga kerja yang anda pekerjaan? :Rp
8. Berapa harga pajak yang anda bayar?
9. Alat-Alat Pertanian

No	Macam Alat	Jumlah (Unit)	Harga Beli (Rp)	Nilai (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Nilai Penyusutan Alat (Rp)
1	Alat Tugal Manual (Pattojak)					
2	Srayer/Tangki					
3	Pompa Air					
4	Saraung					
5	Saraung					
6	Karung					
7	Terpal					
8					
9					
Total Penyusutan						

10. Berapa pendapatan saudara/i dalam sekali panen: Rp
11. Apakah saudara/i menentukan harga jual?
12. Darimana saudara/i mendapatkan informasi mengenai harga jual jagung?
13. Dimana anda menjual hasil produksi jagung saudara/i

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

C. Lembaga Pemasaran

a. Pedagang Pengumpul

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengumpul jagung?
2. Apakah anda memiliki jenis usaha lain?
3. Dari manakah anda memperoleh jagung?
4. Berapa harga beli jagung dari petani?
5. Dengan siapa anda melakukan penjualan jagung:

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

6. Berapa banyak jagung yang anda beli dari petani? (Kg)
7. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat melakukan transaksi pembelian jagung?
8. Berapa tenaga kerja yang anda pekerjakan?
9. Berapa upah tenaga kerja/orang?
10. Berapa harga beli karung per satuannya?

b. Pedagang Besar

1. Sudah berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengumpul jagung?
2. Apakah anda memiliki jenis usaha lain?
3. Dari manakah anda memperoleh jagung?
4. Berapa harga beli jagung dari pedagang pengumpul?
5. Dengan siapa anda melakukan penjualan jagung:

Lembaga Pemasaran	Alamat/Lokasi	Harga jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)

6. Berapa banyak jagung yang anda beli dari pedagang pengumpul?
7. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat melakukan transaksi pembelian jagung?
8. Berapa tenaga kerja yang anda pekerjakan?
9. Berapa upah tenaga kerja/orang?
10. Berapa harga beli karung per satuannya?

c. Konsumen

1. Apa pekerjaan saudara saat ini?
2. Berapa jumlah pembelian pakan ternak anda dalam satu bulan?
3. Berapa harga beli pakan ternak tersebut?
4. Dimana anda membeli pakan ternak tersebut?
5. Apa alasan anda membeli pakan ternak tersebut?



Lampiran 2. Peta Kecamatan Galesong



Lampiran 3. Identitas Responden Petani Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

No	Nama	Tingkat Pendidikan	Umur (Tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga	Lama Berusahatani	Luas Lahan (ha)
1	Ahmad Efendi	SMK	29	4	10	0.40
2	Dg. Lewa	SD	50	4	30	0.50
3	Supiati Dg. Rimang	SMK	37	5	30	0.09
4	Dg. Malik	Tidak Tamat SD	68	6	50	0.40
5	Junaedah	SD	40	2	20	0.20
6	Suardi Dg. Nyorri	SMA	54	4	40	0.15
7	Dg. Sija	SD	54	3	30	0.20
8	Sainuddin Ago	SD	60	3	2	0.17
9	Dahlia Dg. Nejj	SD	43	3	30	0.10
10	Hasma	Belum Tamat SD	44	4	3	0.32
11	Baso Dg. Rewa	SD	40	5	4	0.10
12	Suriani	SMP	42	4	4	0.80
13	Kamaruddin Dg. Lala	SMA	63	5	40	0.40
14	Ismati Dg. Sorc	SMP	46	5	2	1.00
15	Dg. Guni	Tidak Tamat SD	73	4	60	0.20
16	Syarifuddin	SMA	28	4	4	0.30
17	Hasmawati	SMP	50	4	10	0.10
18	Dg. Lallo	SD	50	6	30	0.60
19	Dg. Liwang	SD	48	3	4	0.20
20	Syarifuddin Dg. Nyampa	SMA	40	6	3	1.00

Lanjutan Lampiran 3. Identitas Responden Petani Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

No	Nama	Tingkat Pendidikan	Umur (Tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga	Lama Berusahatani	Luas Lahan (ha)
21	Nappa Dg. Ngasa	SD	50	7	27	0.18
22	Nur Alam Dg. Pata	SMP	42	5	30	0.20
23	Kamaruddin	SD	44	4	20	0.20
24	Bundu Dg. Rate	SD	55	3	35	0.18
25	Sollang Dg. Lallo	SMP	45	5	30	0.25
	Jumlah		1175	108	548	8,24
	Rata-Rata		47	4,32	21,92	0,330

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Lampiran 4. Biaya Variabel Benih

No. Resp	Luas Lahan (ha)	Benih		
		Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai (Rp)
1	0.40	5	85,000	425,000
2	0.50	5	90,000	450,000
3	0.09	2	85,000	170,000
4	0.40	4	80,000	320,000
5	0.20	2	80,000	160,000
6	0.15	2	85,000	170,000
7	0.20	2	80,000	160,000
8	0.17	2	80,000	160,000
9	0.10	1	85,000	85,000
10	0.32	3	85,000	255,000
11	0.10	1	80,000	80,000
12	0.80	2	80,000	160,000
13	0.40	4	85,000	340,000
14	1.00	20	80,000	1,600,000
15	0.20	4	80,000	320,000
16	0.30	5	85,000	425,000
17	0.10	1	85,000	85,000
18	0.60	5	80,000	400,000
19	0.20	3	85,000	255,000
20	1.00	18	80,000	1,440,000
21	0.18	4	80,000	320,000
22	0.20	3	85,000	255,000
23	0.20	3	80,000	240,000
24	0.18	3	80,000	240,000
25	0.25	4	85,000	340,000
Jumlah	8.24	108.00	2,065,000	8,855,000
Rata-Rata	0.33	4.32	82,600	354,200

Lampiran 5. Biaya Variabel Pupuk

No. Resp	Luas Lahan (ha)	Pupuk Urea			Pupuk NPK		
		Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai (Rp)	Jumlah (kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai (Rp)
1	0.40	95	2,800	266,000	90	2,800	252,000
2	0.50	142	2,800	397,600	120	2,800	336,000
3	0.09	25	2,800	70,000	30	2,800	84,000
4	0.40	98	2,800	274,400	95	2,800	266,000
5	0.20	45	2,800	126,000	43	2,800	120,400
6	0.15	48	2,600	124,800	45	2,600	117,000
7	0.20	50	2,800	140,000	50	2,800	140,000
8	0.17	44	2,800	123,200	47	2,800	117,600
9	0.10	25	2,800	70,000	25	2,800	70,000
10	0.32	73	2,800	204,400	70	2,800	196,000
11	0.10	23	2,600	59,800	23	2,600	59,800
12	0.80	48	2,800	134,400	45	2,800	126,000
13	0.40	92	2,800	257,600	90	2,800	252,000
14	1.00	235	2,800	658,000	230	2,800	644,000
15	0.20	50	2,600	130,000	43	2,600	111,800
16	0.30	68	2,700	183,600	65	2,700	175,500
17	0.10	22	2,600	57,200	22	2,600	57,200
18	0.60	143	2,700	386,100	140	2,700	378,000
19	0.20	45	2,700	121,500	42	2,700	113,400
20	1.00	240	2,800	672,000	236	2,800	660,800
21	0.18	40	2,700	108,000	40	2,700	108,000
22	0.20	43	2,600	111,800	40	2,600	104,000
23	0.20	70	2,800	196,000	68	2,800	190,400
24	0.18	42	2,600	109,200	40	2,600	104,000
25	0.25	62	2,800	173,600	60	2,800	168,000
Jumlah	8.24	1868,00	68,400	5,155,200	1,794	68,400	4,951,900
Rata-Rata	0.33	74.72	2,736	206,208	71.76	2,736	198,076

Lampiran 6. Biaya Variabel Pestisida

No. Resp	Luas Lahan (ha)	Pestisida Fenite		
		Jumlah (ml)	Harga (Rp/ml)	Nilai (Rp)
1	0.40	38	700	26,600
2	0.50	53	800	42,400
3	0.09	10	600	6,000
4	0.40	42	700	29,400
5	0.20	18	600	10,800
6	0.15	20	600	12,000
7	0.20	16	600	9,600
8	0.17	20	600	12,000
9	0.10	10	500	5,000
10	0.32	32	700	22,400
11	0.10	8	500	4,000
12	0.80	18	500	9,000
13	0.40	23	700	16,100
14	1.00	90	800	72,000
15	0.20	18	600	10,800
16	0.30	25	600	15,000
17	0.10	8	500	4,000
18	0.60	62	800	49,600
19	0.20	18	600	10,800
20	1.00	80	700	56,000
21	0.18	17	500	8,500
22	0.20	56	700	39,200
23	0.20	27	600	16,200
24	0.18	15	600	9,000
25	0.25	22	700	15,400
Jumlah	8.24	746.00	15,800	511,800
Rata-Rata	0.33	29.84	632	20,472

Lampiran 7. Biaya Variabel Tenaga Kerja

No Resp	Luas Lahan (ha)	Tenaga kerja Pasca Panen		
		HOK	Upah Tenaga Kerja/HOK)	Jumlah (Rp)
1	0.40	4	50,000	200,000
2	0.50	4	50,000	200,000
3	0.10	3	50,000	150,000
4	0.40	4	50,000	200,000
5	0.20	2	50,000	100,000
6	0.15	3	50,000	150,000
7	0.20	2	50,000	100,000
8	0.17	2	50,000	100,000
9	0.10	2	50,000	100,000
10	0.32	3	50,000	150,000
11	0.10	2	50,000	100,000
12	0.18	2	50,000	100,000
13	0.40	4	50,000	200,000
14	1.00	5	50,000	250,000
15	0.20	2	50,000	100,000
16	0.30	2	50,000	100,000
17	0.10	2	50,000	100,000
18	0.60	5	50,000	250,000
19	0.20	2	50,000	100,000
20	1.00	6	50,000	300,000
21	0.18	3	50,000	150,000
22	0.20	3	50,000	150,000
23	0.20	2	50,000	100,000
24	0.18	3	50,000	150,000
25	0.25	3	50,000	150,000
Jumlah	7.63	75,00	1,250,000	93,750,000
Rata-Rata	0.31	3,00	50,000	150,000

Lampiran 8. Biaya Tetap

a.) Penyusutan Alat Tugal Manual

No. Resp	Alat Tugal Manual (Pattojak)				
	Jumlah (Unit)	Harga Beli (Rp)	Harga Sisa (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	NPA (Rp/MT)
1	2	15,000	5,000	1	5,000
2	2	15,000	5,000	1	5,000
3	1	15,000	5,000	1	10,000
4	2	15,000	5,000	1	5,000
5	1	15,000	5,000	1	10,000
6	1	20,000	5,000	1	15,000
7	1	10,000	5,000	1	5,000
8	1	10,000	5,000	1	5,000
9	1	15,000	5,000	1	10,000
10	2	15,000	5,000	1	5,000
11	1	20,000	7,000	1	13,000
12	1	10,000	5,000	1	5,000
13	1	15,000	5,000	1	5,000
14	1	15,000	4,000	1	3,000
15	1	10,000	5,000	1	5,000
16	1	15,000	5,000	1	10,000
17	1	15,000	5,000	1	10,000
18	3	15,000	4,000	1	3,000
19	1	20,000	6,000	1	14,000
20	3	10,000	4,000	1	-2,000
21	1	15,000	5,000	1	10,000
22	1	20,000	8,000	1	12,000
23	1	15,000	5,000	1	10,000
24	2	10,000	4,000	1	2,000
25	1	10,000	5,000	1	5,000
Jumlah	37	360,000	127,000	25	180,000
Rata-Rata	1	14,400	5,080	1	7,200

b.) Penyusutan Alat Sprayer

No. Resp	Sprayer				
	Jumlah (Unit)	Harga Beli (Rp)	Nilai Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	NPA (Rp/MT)
1	1	650,000	200,000	3	583,333
2	1	750,000	300,000	4	675,000
3	1	500,000	200,000	3	433,333
4	1	500,000	250,000	3	416,667
5	1	500,000	200,000	3	433,333
6	1	500,000	150,000	3	450,000
7	1	650,000	200,000	3	583,333
8	1	650,000	180,000	4	605,000
9	1	650,000	200,000	3	583,333
10	1	650,000	150,000	5	620,000
11	1	500,000	100,000	5	480,000
12	2	750,000	250,000	5	650,000
13	1	650,000	200,000	4	600,000
14	1	650,000	150,000	4	625,000
15	1	500,000	200,000	4	450,000
16	1	750,000	300,000	4	675,000
17	1	650,000	150,000	4	612,500
18	2	650,000	200,000	3	516,667
19	1	650,000	200,000	3	583,333
20	2	650,000	150,000	3	550,000
21	1	650,000	200,000	3	583,333
22	1	500,000	150,000	4	462,500
23	1	500,000	150,000	5	470,000
24	1	500,000	200,000	3	433,333
25	1	650,000	150,000	5	620,000
Jumlah	29	15,200,000	4,780,000	93	13,645,000
Rata-Rata	1	608,000	191,200	4	545,800

c.) Penyusutan Alat Pompa Air

No. Resp	Pompa Air				
	Jumlah (unit)	Harga Beli (Rp)	Nilai Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	NPA (Rp/MT)
1	1	1,500,000	400,000	5	1,420,000
2	1	1,700,000	500,000	4	1,575,000
3	1	1,500,000	300,000	5	1,440,000
4	1	1,500,000	300,000	3	1,400,000
5	1	1,500,000	300,000	3	1,400,000
6	1	1,600,000	300,000	3	1,500,000
7	1	1,800,000	300,000	3	1,700,000
8	1	1,500,000	400,000	3	1,366,667
9	1	1,600,000	200,000	3	1,533,333
10	1	1,700,000	200,000	3	1,633,333
11	1	1,500,000	200,000	3	1,433,333
12	2	2,200,000	200,000	6	2,133,333
13	1	1,500,000	300,000	5	1,440,000
14	2	2,500,000	150,000	7	2,457,143
15	1	1,000,000	400,000	4	900,000
16	1	1,600,000	500,000	4	1,475,000
17	1	1,700,000	700,000	4	1,525,000
18	2	2,600,000	250,000	4	2,475,000
19	1	1,700,000	250,000	3	1,616,667
20	2	2,350,000	250,000	5	2,250,000
21	1	1,600,000	200,000	3	1,533,333
22	1	1,700,000	350,000	4	1,612,500
23	1	1,700,000	400,000	4	1,600,000
24	1	1,600,000	300,000	3	1,500,000
25	1	1,500,000	250,000	3	1,416,667
Jumlah	29	42,650,000	7,900,000	97	40,336,310
Rata-Rata	1	1,706,000	316,000	4	1,613,452

Penyusutan Alat Saraung

No. Resp	Saraung				
	Jumlah (Unit)	Harga Beli (Rp)	Nilai Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	NPA (Rp/MT)
1	4	10,000	2,000	1	2,000
2	4	10,000	2,000	1	2,000
3	3	15,000	3,000	1	6,000
4	4	10,000	2,000	1	2,000
5	2	10,000	3,000	1	4,000
6	3	10,000	3,000	1	1,000
7	2	15,000	4,000	1	7,000
8	2	10,000	4,000	1	2,000
9	2	15,000	5,000	1	5,000
10	3	10,000	3,000	1	1,000
11	2	15,000	3,000	1	9,000
12	2	15,000	5,000	1	5,000
13	4	10,000	2,000	1	2,000
14	5	15,000	2,000	1	5,000
15	2	20,000	5,000	1	10,000
16	2	15,000	5,000	1	5,000
17	2	10,000	3,000	1	4,000
18	5	15,000	2,000	1	5,000
19	2	20,000	3,000	1	14,000
20	6	15,000	2,000	1	5,000
21	3	10,000	2,000	1	4,000
22	3	15,000	3,000	1	6,000
23	2	10,000	3,000	1	4,000
24	3	15,000	3,000	1	6,000
25	3	15,000	3,000	1	6,000
Jumlah	75	330,000	77,000	25	120,000
Rata-Rata	3	13,200	39,200	1	13,067

d.) Penyusutan Alat Terpal

No. Resp	Terpal				
	Jumlah (unit)	Harga Beli (Rp)	Nilai (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	NPA (Rp/MT)
1	1	140,000	50,000	4	127,500
2	2	130,000	60,000	3	90,000
3	1	140,000	40,000	2	120,000
4	1	125,000	35,000	2	107,500
5	1	130,000	40,000	2	110,000
6	1	135,000	40,000	3	121,667
7	1	140,000	40,000	4	130,000
8	1	130,000	40,000	5	122,000
9	1	130,000	40,000	3	116,667
10	2	140,000	60,000	3	100,000
11	3	140,000	50,000	5	110,000
12	1	135,000	50,000	2	110,000
13	2	130,000	60,000	4	100,000
14	4	130,000	40,000	5	98,000
15	1	135,000	40,000	3	121,667
16	2	130,000	50,000	4	105,000
17	1	100,000	30,000	4	92,500
18	3	130,000	40,000	3	90,000
19	1	100,000	40,000	2	80,000
20	3	100,000	30,000	3	70,000
21	1	130,000	50,000	2	105,000
22	1	140,000	60,000	4	125,000
23	1	130,000	40,000	3	116,667
24	1	135,000	50,000	2	110,000
25	1	100,000	40,000	2	80,000
Jumlah	38	3,205,000	1,115,000	79	2,659,167
Rata-Rata	2	128,200	44,600	3	106,367

Lampiran 9. Biaya Tetap Pajak Lahan

No. Resp	Nama	Pajak	
		Luas Lahan (ha)	Harga Pajak (Rp)
1	Ahmad Efendi	0.40	40,000
2	Dg. Lewa	0.50	50,000
3	Supiati Dg. Rimang	0.09	10,000
4	Dg. Malik	0.40	40,000
5	Junaedah	0.20	20,000
6	Suardi Dg. Nyoni	0.15	15,000
7	Dg. Sija	0.20	20,000
8	Sainuddin Ago	0.17	17,000
9	Dahlia Dg. Ngaji	0.10	10,000
10	Hasma	0.32	32,000
11	Baso Dg. Rewa	0.10	10,000
12	Surtani	0.80	18,000
13	Kamaruddin Dg. Lala	0.40	40,000
14	Ismail Dg. Sore	1.00	100,000
15	Dg. Guni	0.20	20,000
16	Syarifuddin	0.30	30,000
17	Hasmawati	0.10	10,000
18	Dg. Lallo	0.60	60,000
19	Dg. Liwang	0.20	20,000
20	Syarifuddin Dg. Nyampa	1.00	100,000
21	Nappa Dg. Ngasa	0.18	18,000
22	Nur Alam Dg. Pata	0.20	20,000
23	Kamaruddin	0.20	20,000
24	Bundu Dg. Rate	0.18	18,000
25	Sollang Dg. Lallo	0.25	25,000
	Jumlah	8.24	763,000
	Rata-Rata	0.33	30,520

Lampiran 10. Total Biaya Produksi Usahatani jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

No. Responden	Biaya Tetap		Biaya Variabel				Tenaga Kerja (Rp)	Total Biaya (Rp)
	NPA (Rp)	Benih (Rp)	Pupuk Urea (Rp)	Pupuk NPK (Rp)	Pestisida Fenite (Rp)			
1	2.137,833	425,000	266,000	257,000	26,600	200,000	3,307,433	
2	2,347,000	450,000	397,600	336,000	42,400	200,000	3,773,000	
3	2,009,333	170,000	70,000	84,000	6,000	150,000	2,489,333	
4	1,931,167	320,000	274,400	166,000	29,400	200,000	3,020,967	
5	1,957,333	160,000	126,000	120,400	10,800	100,000	2,474,533	
6	2,087,667	170,000	124,800	117,000	12,000	150,000	2,661,467	
7	2,425,333	160,000	140,000	140,000	9,600	100,000	2,974,933	
8	2,100,667	160,000	123,200	117,600	12,000	100,000	2,613,467	
9	2,248,333	85,000	70,000	70,000	5,000	100,000	2,578,333	
10	2,359,333	255,000	204,400	196,000	22,400	150,000	3,187,133	
11	2,045,333	80,000	59,800	59,800	4,000	100,000	2,348,933	
12	2,903,333	160,000	134,400	126,000	9,000	100,000	3,432,733	
13	2,147,000	340,000	257,600	252,000	16,100	200,000	3,212,700	
14	3,138,143	1,600,000	658,000	644,000	72,000	250,000	6,362,143	
15	1,486,667	320,000	130,000	111,800	10,800	100,000	2,159,267	
16	2,270,000	425,000	183,600	175,500	15,000	100,000	3,169,100	
17	2,244,000	85,000	57,200	57,200	4,000	100,000	2,547,400	
18	3,089,667	400,000	386,100	378,000	49,600	250,000	4,553,367	
19	2,308,000	255,000	121,500	113,400	10,800	100,000	2,908,700	
20	2,871,000	1,440,000	672,000	660,800	56,000	300,000	5,999,800	

21	2,235,667	320,000	108,000	108,000	108,000	8,500	150,000	2,930,167
22	2,218,000	255,000	111,800	111,800	104,000	39,200	150,000	2,878,000
23	2,200,667	240,000	196,000	196,000	190,400	16,200	100,000	2,943,267
24	2,051,333	240,000	109,200	109,200	104,000	9,000	150,000	2,663,533
25	2,127,667	340,000	173,600	173,600	168,000	15,400	150,000	2,974,667
Jumlah	56,940,476	8,855,000	5,155,200	5,155,200	4,951,900	511,800	3,750,000	80,164,376
Rata-Rata	2,277,619	354,200	206,208	206,208	198,076	20,472	150,000	3,206,575



Lanjutan Lampiran 10. Total Biaya Pemasaran

No. Resp	Biaya Tetap			Biaya Variabel							Total Biaya (Rp)
	NPA (Rp)	Pajak Lahan (Rp)	Benih (Rp)	Pupuk Urea (Rp)	Pupuk NPK (Rp)	Pestisida Fenite (Rp)	Tenaga Kerja (Rp)				
20	546,444	100,000	1,440,000	672,000	660,800	56,000	300,000	3,775,244			
21	234,889	18,000	320,000	108,000	108,000	8,500	150,000	947,389			
22	209,667	20,000	255,000	111,800	104,000	39,200	150,000	889,667			
23	190,778	20,000	240,000	196,000	190,400	16,200	100,000	953,378			
24	219,722	18,000	240,000	109,200	104,000	9,000	150,000	849,922			
25	197,000	25,000	340,000	173,600	168,000	15,400	150,000	1,069,000			
Jumlah	1,598,500	201,000	2,835,000	1,370,600	1,335,200	144,300	1,000,000	8,484,600			
Rata-Rata	266,417	33,500	472,500	228,433	222,533	24,050	166,667	1,414,100			

Lampiran 11. Penerimaan

No. Resp	Luas Lahan (ha)	Produksi (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp)
1	0.40	3,200	3,700	11,840,000
2	0.50	3,600	3,700	13,320,000
3	0.10	200	3,700	740,000
4	0.40	2,700	3,800	10,260,000
5	0.20	820	3,700	3,034,000
6	0.15	540	3,800	2,052,000
7	0.20	800	3,700	2,960,000
8	0.17	420	3,800	1,596,000
9	0.10	175	3,800	665,000
10	0.32	2,700	3,700	9,990,000
11	0.10	215	3,700	795,500
12	0.18	294	3,700	1,087,800
13	0.40	2,400	3,600	8,640,000
14	1.00	5,200	3,700	19,240,000
15	0.20	960	3,800	3,648,000
16	0.30	1,500	3,700	5,550,000
17	0.10	200	3,800	760,000
16	0.60	3,800	3,700	14,060
19	0.20	415	3,700	1,535,500
20	1.00	5,300	3,600	19,080,000
21	0.18	560	3,700	2,072,000
22	0.20	840	3,700	3,108,000
23	0.20	765	3,600	2,754,000
24	0.18	612	3,800	2,325,600
25	0.25	1,000	3,700	3,700,000
Jumlah	7.63	35,419.80	92,900	130,767,460
Rata-Rata	0.31	1,417	3,716	5,230,698

Lampiran 12. Penerimaan

No. Resp	Luas Lahan (ha)	Total Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	0.40	11,840,000	3,307,433	10,564,578
2	0.50	13,320,000	3,773,000	11,736,211
3	0.09	740,000	2,489,333	185,111
4	0.40	10,260,000	3,020,967	9,067,744
5	0.20	3,034,000	2,474,533	2,380,444
6	0.15	2,052,000	2,661,467	1,387,311
7	0.20	2,960,000	2,974,933	2,250,244
8	0.17	1,596,000	2,613,467	970,700
9	0.10	665,000	2,578,333	185,000
10	0.32	9,990,000	3,187,133	9,038,689
11	0.10	795,500	2,348,933	387,233
12	0.80	1,087,800	3,432,533	172,333
13	0.40	8,640,000	3,212,700	7,465,700
14	1.00	19,240,000	6,362,143	15,557,667
15	0.20	3,648,000	2,159,267	2,876,600
16	0.30	5,550,000	3,169,100	4,490,733
17	0.10	760,000	2,547,400	318,433
18	0.60	14,060	4,553,367	(1,905,018)
19	0.20	1,535,500	2,908,700	725,111
20	1.00	19,080,000	5,999,800	15,548,756
21	0.18	2,072,000	2,930,167	1,266,111
22	0.20	3,108,000	2,878,000	2,329,133
23	0.20	2,754,000	2,943,267	1,884,422
24	0.18	2,325,600	2,663,533	1,616,678
25	0.25	3,700,000	2,974,667	2,765,600
Jumlah	8.24	130,767,460	80,164,376	103,265,427
Rata-Rata	0.33	5,230,698	3,206,575	4,130,617

Lampiran 13. Identitas Responden Pada Pedagang Pengumpul

No	Nama	Umur	Pendidikan	Pengalaman Usabatani (Tahun)	Pekerjaan	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp)	Penerimaan
1	Dg Taba	35	SMA	15	Pedagang Pengumpul	5,300	3,600	19,080,000
2	Jufri Dg Sila	40	SMA	25	Pedagang Pengumpul	3,600	3,700	13,320,000
3	Zainuddin	44	SMA	28	Pedagang Pengumpul	3,800	3,700	14,060,000
4	Dg Mala	38	SMA	20	Pedagang Pengumpul	5,200	3,700	19,240,000
5	Agus	37	SMA	22	Pedagang Pengumpul	3,600	3,700	13,320,000
Jumlah		194		110		21,500	18,400	79,020,000
Rata-Rata		38,8		22		4,050	3,700	14,985,000

Lampiran 14. Analisis Konsentrasi Rasio Tingkat Petani

No Resp	Total Jumlah produksi (Kg)	Konsentrasi Rasio(Kr)	Market Share (%)	Market Sahre Kumulatif(%)
20	5.300	0.251	25.12	25.12
14	5.200	0.246	24.64	49.76
18	3.800	0.180	18.01	67.77
2	3.600	0.171	17.06	84.84
1	3.200	0.152	15.17	100.00
Total	21.000	1	100	-

Lampiran 15. Analisis Konsentrasi Rasio Tingkat Pedagang Pengumpul

No Resp	Total Jumlah Peembelian (Kg)	Konsentrasi Rasio(Kr)	Market Share (%)	Market Sahre Kumulatif(%)
1	1.200	0.276	27.59	27.59
2	1.000	0.230	22.99	50.58
3	800	0.184	18.39	68.97
4	700	0.161	16.09	85.06
5	650	0.149	14.94	100.00
Total	4.350	1	100	-

Lampiran 16. Margin Pemasaran Jagung Di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin Pemasaran
Produsen (Petani Jagung)	-	3.716	
Pedagang Pengumpul	3.716	4.500	784
Pedagang Besar	4.500		-

Lampiran 17. Biaya-biaya di setiap lembaga pemasaran di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)
1	Petani	-
	Harga jual	3.716
2	Pedagang Pengumpul	-
	Harga Beli	3.716
	Biaya Tenaga Kerja	300
	Biaya Transportasi	220
	Harga Jual	4.500
3	Pedagang Besar	-
	Harga Beli	4.500
Total Biaya		520
Margin Pemasaran		784
Keuntungan		264





Gambar 6. Wawancara bersama Pedagang Pengumpul



Gambar 7. Wawancara Bersama Pedagang Pengumpul



Gambar 8. Wawancara Bersama Pedagang Besar



Gambar 9. Wawancara Bersama Konsumen



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR



LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Abdulrahman No. 291 Telp. 0411-860972 Fax. (0411) 8605388 Makassar 90221 E-mail: lpk@umh.ac.id

Nomor : 481/05/C.4-VIII/II/43/2022
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian
Kepada Yth.
Bapak / Ibu Bupati Takalar,
Cq. Ka. Badan Keshang, Politik & Linmas
di -

24 Rajab 1443 H
25 February 2022 M

Takalar

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 1029/TP.A-6-II/II/1443/2022 tanggal 14 Februari 2022, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : NUR RAHMADANI
No Stambuk : 105961115418
Fakultas : Fakultas Pertanian
Jurusan : Agribisnis
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Komoditas di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 25 Februari 2022 s/d 25 April 2022.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katira.

السَّلَامَةُ عَلَىٰ سَائِرِ الْمُرْسَلِينَ

Katals LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP,
NBM 101 7716



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 259 Makassar, Telp (0411) 866772, 881593, Fax 0411 865 588

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR TAHUN 2022

Nama : NUF. RAHMADANI
 NIM : 10506115418
 Alamat/Asal Daerah : PASSALLANGANG
 No HP : 083399480659
 Pembimbing Utama : Dr. Ir. Muh. Aifin Fatah, M.Si
 Judul : Analisis Struktur Penitaku dan Kinerja Pemasaran Jagung di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar

Hari Tanggal/Bulan/Tahun	Uraian Catatan Pembimbing	Paraf
SABTU 30 / OKTOBER 2021	Konsultasi Judul	
SENIN 8 NOVEMBER 2021	Perbaikan Judul	
SABTU 8 DESEMBER 2021	Konsultasi Proposal - Susunan latar belakang - Penentuan kerangka pikir - Penelitian Terdahulu - Analisis Data	
KAMIS 24 MARET 2022	Konsultasi Kuesioner tentang Analisis Struktur Penitaku dan Kinerja Pemasaran jagung	
SENIN 22 MARET 2022	Konsultasi Tabulasi Data	
KAMIS 28 APRIL 2022	Konsultasi Perbaikan Hasil dan Pelebaran Penambahan landasan/teori - Perbaikan hasil penelitian	
JUM'AT 29 APRIL 2022	Konsultasi Skripsi - Perbaikan Kesimpulan dan Saran - Asistensi Penulisan	

Ketua Program Studi
Agribisnis

 Dr. Siti Mulyati, S.P., M.P.
 NBM : 873 162



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 259 Makassar, Telp (0411) 866772, 881593, Fax 0411 865 588

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN 2022

Nama : NUR RAHMADANI
 NIM : 10506115418
 Alamat/Asal Daerah : PASSALANGNEANG
 No HP : 082399480659
 Pembimbing Pendamping : SAHLAN, S.P., M.Si
 Judul : ANALISIS STRUKTUR PERILAKU DAN KINERJA PEMASARAN
 JAGUNG DI DESA CALUPAGAYA KECAMATAN GALSONG
 KABUPATEN TAKALAR

Hari	Urutan Catatan Pembimbing	Paraf
Tanggal/Bulan/Tahun SABTU 8 DESEMBER 2021	Revisi	
KAMIS 10 MARET 2022	Revisi: Dit. tabel	
KAMIS 24 MARET 2022	Revisi: Revisi	
KAMIS 28 APRIL 2022	Revisi: Revisi	
KAMIS 28 APRIL 2022	Bimbing Revisi	
JUM'AT 29 APRIL 2022	Revisi	

Kata Program Studi
 Agribisnis

 Dr. Siti Marhayati, S.P., M.P.
 NBM : 873 162

BAB 1 Nur Rahmadani 105961115418

ORIGINALITY REPORT

6% **LULUS**
SIMILARITY INDEX

6%
INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

2%
STUDENT PAPERS



Matched by a source that is not in the Turnitin database

2%

★ sudardjattanusukma.wordpress.com
Internet Source

Exclude quotes
Exclude matches

Exclude matches



AB 2 Nur Rahmadani 105961115418

ORIGINALITY REPORT

22%

LULUS

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

MATCH SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE SHOWN)

2%

★ ridhamallia.wordpress.com

Internet Source

Exclude quotes

Exclude bibliography

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR



UPT

PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN



BAB 3 Nur Rahmadani 105961115418

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

LULUS

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

turnitin
MATCH (A SIMILARITY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ Submitted to Universitas Islam Indonesia
Student Paper

Exclude quotes

Exclude bibli



BAB 4 Nur Rahmadani 105961115418

ORIGINALITY REPORT

6% LULUS

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MAJORITY ALGORITHMS (ONLY SELECTED SOURCE HIGHLIGHTED)

2%

★ Yudi Hartono, Dodeik Phrasetyo, Yuli Astutik, Dewi Sugiarti, Intan Permata Sari. "Perkembangan Kota Madiun Sebagai Kota Gadis Tahun 2000-2013". AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA, 2014

Publication

Exclude quotes

Exclude bibliography



BAB 5 Nur Rahmadani 105961115418



4%
INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

2%
★ Putri Sari, Eliza Eliza, Novia Dewi. "Analysis of Mangosteen Marketing in Pulau Rambai Village Kampa District Kampar Regency". Journal of Agribusiness and Community Empowerment, 2020
Publication



BAB 6 Nur Rahmadani 105961115418



3%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

1 mcezra.blogspot.com
Internet Source

3%

Exclude quotes
Exclude bibliographies



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



NUR RAHMADANI. Lahir di Passallangngang pada tanggal 02 Desember 2000. Penulis merupakan anak kedua dari 3 bersaudara yang merupakan anak dari pasangan Syarifuddin dan Muliati. Penulis menyelesaikan pendidikan formal pertama di TK DHR Angkata 45 pada tahun 2006, setelah tamat penulis melanjutkan pendidikan ke Madrasah Ibtidaiyah Bontolangkasa dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Bntonompo dan tamat pada tahun 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Bntonompo dan lulus pada tahun 2018. Selesai pendidikan formal, penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Swasta yaitu Universitas Muhammadiyah Makassar mengambil Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Pernah magang di PT. Pertanian (Persero) UPP Bulukumba dan Kuliah Kerja Nyata Tematik Merdeka Belajar Kampus Merdeka di Desa Campagaya Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.