

**POLA DISTRIBUSI DAN EFISIENSI PEMASARAN  
JAGUNG PAKAN DI KOTA MAKASSAR**

**ERNAWATI  
105960168214**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

**POLA DISTRIBUSI DAN EFISIENSI PEMASARAN  
JAGUNG PAKAN DI KOTA MAKASSAR**

**ERNAWATI**

**105960168214**

**SKRIPSI**

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

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pola Distribusi Dan Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan  
Di Kota Makassar

Nama : Ernawati

Stambuk : 105960168214

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

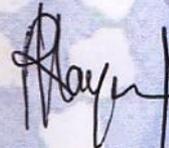
Disetujui

Pembimbing I



Dr. Jumiati, S.P., MM  
NIDN. 0912007504

Pembimbing II



Andi Rahayu Anwar, S.P., M.Si  
NIDN. 0003067410

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian



H. Dhanuddin, S.Pi., M.P  
NIDN. 0912066901

Ketua Prodi Agribisnis



Dr. Sri Mardivati, S.P., M.P  
NIDN. 0921037003

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Pola Distribusi Dan Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan  
Di Kota Makassar

Nama : Ernawati

Stambuk : 105960168214

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

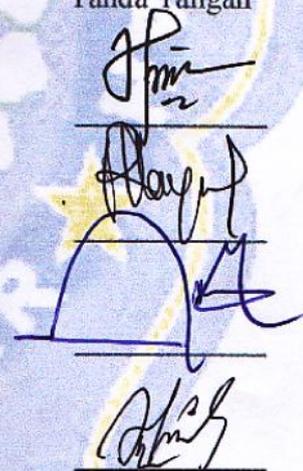
Fakultas : Pertanian

### KOMISI PENGUJI

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Jumiati, S.P., MM  
Ketua Sidang
2. Andi Rahayu Anwar, S.P., M.Si  
Sekretaris
3. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si  
Anggota
4. St. Khadijah Y Hiola, S.TP., M.Si  
Anggota



Tanggal Lulus : 18 Agustus 2018

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan di Kota Makassar** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. 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, Juli 2018

Ernawati  
105960168214

## ABSTRAK

**ERNAWATI. 105960168214.** Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan di Kota Makassar. Dibimbing oleh **JUMIATI** dan **ANDI RAHAYU ANWAR**.

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui pola distribusi jagung pakan dari petani sampai pada konsumen akhir di Kota Makassar. Mengetahui efesiensi pemasaran jagung pakan di Kota Makassar.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu mengambil 6 responden dari petani yang mengusahakan jagung pipilan, 3 responden dari pedagang besar, 4 responden dari pedagang kecil, 3 responden dari pedagang pengecer, 1 responden dari Gempitayang ditentukan dengan *metode bola salju (snow ball sampling)*. Dengan metode ini aliran komoditi jagung dari petani ke konsumen dapat diketahui sehingga rantai pemasaran jagung yang terbentuk dapat diidentifikasi secara riil.. Sumber data berasal dari data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan analisis kualitatif dan kuantitatif.

Berdasarkan data di lapangan ditemukan 2 pola pemasaran jagung pakan di Kota Makassar dan mempunyai 5 saluran pemasaran. Petani bisa menjual kepada pedagang besar, pedagang pengumpul, industri, ataupun pedagang pengecer di pasar. Pedagang pengumpul biasanya memiliki kebebasan untuk menjual jagungnya kepada pedagang besar, Gempita dan industri.

Dilihat dari pola dan marginnya, saluran yang paling efisien adalah saluran kelima karena memiliki nilai produksi yang tinggi sehingga tingkat efisiensi lebih rendah yaitu 32% dimana petani menjual produksi jagung pakan ke Gempita lalu ke Industri dan dijual kepasar untuk konsumen akhir.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berbagai limpahan Karunia dan Hidayah-Nya seiring banyaknya hembusan nafas yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan di Kota Makassar”. Guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa dibalik penulisan karya tulis ini banyak menyita waktu, tenaga, pikiran dan biaya dimana semuanya ini tidak mungkin tercapai tanpa adanya dukungan dan bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih dan hormat kepada:

1. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, S.E.,MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. Jumiati, S.P., MM selaku Penasehat Akademik dan pembimbing I serta Andi Rahayu Anwar, S.P.,M.Si selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
3. Bapak H. Burhanuddin, S.Pi., M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

5. Kedua orangtua ayahanda Thamrin dan ibunda Fatimah, dan saudaraku tercinta Abd. Latif, Mardiah,S.Kep, Ns ,Kurniati Agustina, S.Pd.i, dan segenap keluarga yang senantiasa yang memberikan bantuan, baik moral maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen beserta staf Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang dalam proses pendidikan penulis banyak diberikan arahan.
7. Kepada pihak Pemerintah Kota Makassar, khususnya Kepala Kecamatan Biringkanaya dan Kepala Kecamatan Tamalanrea beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Daerah tersebut.
8. Seluruh Informan yang telah bersedia meluangkan waktunya kepada penulis untuk memberikan informasi dan data-data sampai penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada seluruh rekan-rekan seperjuangan angkatan Klorofil 014 yang selalu berjuang bersama selama masa pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Kepada Anggi yang telah banyak menyempatkan dan meluangkan waktunya untuk memberi dukungan serta arahan dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi.
11. Kepada Muhlis yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi penulis.
12. Kepada sahabat penulis St. Hajar Kasim, A.Md.T.I ,Iin Karlina Pratiwi, Winda Rezky Mustamin, dan yang selalu mendengar keluh kesah dan memberikan semangat moral.

13. Kepada teman-teman seperjuangan yang selalu memberi semangat yaitu, Khuril Aeni, Riska, Siska dan Murtafiah.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat disebut satu persatu. Penulis berharap semoga apa yang tersaji dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis sendiri dan hanya kepada Allah SWT kita selalu berdoa agar senantiasa diberikan kesuksesan disetiap usaha kita.

Aamiin Ya Robbal Alamiin.

Makassar, Juli 2018

Ernawati

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Pola Distribusi Pemasaran Jagung.....	7
2.2 Pemasaran Jagung .....	9
2.3 Efisiensi Pemasaran.....	12
2.4 Lembaga Pemasaran Jagung.....	15
2.5 Terbentuknya Harga .....	17
2.6 Komoditi Jagung .....	19
2.7 Gempita .....	20
2.8 Kerangka Berpikir .....	21

III. METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5 Metode Analisis Data .....	25
3.6 Definisi Operasional.....	27
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	29
4.1 Letak Geografis .....	29
4.2 Kondisi Demografis.....	30
4.3 Keadaan Umum Pertanian.....	31
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
5.1 Karakteristik Responden.....	33
5.1.1 Umur.....	33
5.1.2 Pendidikan .....	34
5.1.3 Luas lahan dan jumlah tenaga kerja.....	35
5.2 Pola Distribusi Jagung .....	36
5.3 Margin Pemasaran .....	43
5.4 Efisiensi Pemasaran Jagung .....	48
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR GAMBAR

<i>Nomor</i>	<i>Teks</i>	<i>Halaman</i>
1.	Saluran distribusi pemasaran jagung pola 1 di Kota Makassar.....	8
2.	Saluran distribusi pemasaran jagung pola 2 di Kota Makassar.....	8
3.	Kerangka pikir pengembangan pola distribusi dan efisiensi pemasaran jagung pakan di Kota Makassar.....	22
4.	Pola Distribusi Jagung Pola 1.....	37
5.	Pola Distribusi Jagung Pola 2.....	40
6.	Wawancara Bersama Petani .....	76
7.	Wawancara Bersama Paetani .....	76
8.	Wawancara Bersama Pedagang Pengumpul .....	77
9.	Wawancara Bersama Supir Antar Daerah .....	77
10.	Proses Pengeringan Jagung .....	78
11.	Proses Bongkar Muat Jagung Pakan .....	78
12.	PT. Jappa Makassar .....	78
13.	Bersama Suplier .....	79
14.	Pedagang Pengecer .....	79
15.	Pedagang Pengecer .....	79
16.	Penjualan Pedagang Pengecer .....	80
17.	Gempita Provinsi Sulawesi Selatan .....	80
18.	Nota Timbang Pembelian Jagung Pakan.....	80

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Perkembangan Produksi dan Permintaan Jagung di Sulawesi Selatan 5 Tahun Terakhir .....	1
2.	Persebaran penduduk Kota Makassar .....	30
3.	Jenis Tanaman yang di usahakan .....	31
4.	Karakteristik Umur petani di Kota Makassar .....	33
5.	Karteristik Umur pedagang di Kota Makassar.....	34
6.	Karteristik Pendidikan di Kota Makassar .....	34
7.	Karteristik Pendidikan pedagang di Kota Makassar .....	35
8.	Luas Lahan Dan Jumlah Tenaga Kerja Petani di kota Mkassar	36
9.	Rata-rata Biaya, Keuntungan dan margin Pemasaran Pola 1 di Kota Makassar .....	44
10.	Rata-rata Biaya, Keuntungan dan margin Pemasaran Pola 2 di Kota Makassar .....	46
10.	Efisiensi pemasaran jagung pakan tiap saluran di Kota Makassar .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Daftar Pertanyaan .....	59
2.	Peta Lokasi Penelitian .....	61
3.	Identitas Responden .....	62
4.	Daftra Biaya Responden .....	63
5.	Biaya Saluran Pemasaran .....	69
6.	Dokumentasi Penelitian .....	76

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Jagung (*Zea mays. L*) salah satu tanaman serealia terpenting di dunia selain padi dan gandum. Hal ini dimungkinkan karena permintaan jagung setiap tahun yang jumlahnya terus mengalami peningkatan. Jagung juga komoditas yang bernilai ekonomis karena sumber utama karbohidrat setelah beras. Negara-negara lain juga mengkonsumsi jagung sebagai makanan pokok, misalnya di Amerika Tengah dan Selatan (Killcik, 1983).

Terdapat berbagai provinsi penghasil jagung di Indonesia, diantaranya Jawa Timur (5 juta ton), Jawa Tengah (3,3 juta ton), Lampung (2 juta ton), Sulawesi Selatan (1,3 juta ton), Sumatera Utara (1,2 juta ton), Jawa Barat (700-800 ribu ton). Sisanya NTT, NTB, Jambi dan Gorontalo, dengan rata-rata produksi jagung nasional 16 juta ton per tahun (Djamaluddin, dkk., 2005).

Produksi dan permintaan jagung di Sulawesi Selatan lima tahun terakhir mengalami peningkatan sebagaimana diperlihatkan data tabel 1 berikut.

Tabel 1. Perkembangan Produksi dan Permintaan Jagung di Sulawesi Selatan 5 Tahun Terakhir.

No	Tahun	Produksi (Ton)	Permintaan (Ton)
1	2013	1.180.792	1.200.000
2	2014	1.059.321	1.200.000
3	2015	972.200	1.200.000
4	2016	1.173.587	1.000.000
5	2017	1.319.026	1.000.000

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2017

Tabel 1. memperlihatkan dua tahun terakhir terjadi Surplus produksi di Sulawesi Selatan sebesar 173.587 ton pada tahun 2016 dan 319.026 ton pada tahun 2017. Keadaan tersebut memungkinkan Sulawesi Selatan untuk memperluas pasar baik untuk pasar domestik (antar pulau) ataupun untuk ekspor.

Alasan pemerintah menurunkan permintaan jagung untuk wilayah Sulawesi Selatan yang pertama untuk 2 tahun terakhir yaitu di tahun 2016 dan tahun 2017 Sulawesi Selatan tidak dapat mencapai hasil permintaan yang diminta oleh pemerintah oleh sebab itu pemerintah menurunkan permintaan jagung untuk wilayah Sulawesi Selatan dikarenakan pemerintah melihat secara realitis terhadap jumlah produksi jagung di Sulawesi Selatan yang setiap tahunnya mengalami penurunan jumlah produksi di tiap tahunnya, itu dikarenakan untuk 3 tahun terakhir ini Sulawesi Selatan mengalami gagal panen dan kemarau yang berkepanjangan. Sehingga untuk 3 tahun ke belakang Sulawesi Selatan tidak dapat mencapai permintaan yang diminta oleh pemerintah, namun di saat pemerintah menurunkan jumlah permintaannya di tahun 2016, jumlah produksi jagung di Sulawesi Selatan melebihi ekspektasi permintaan jagung pemerintah, itu dikarenakan di tahun 2016 Sulawesi Selatan berhasil mencapai panen raya kembali untuk beberapa wilayah penghasil jagung di Sulawesi Selatan seperti untuk wilayah Bone, Soppeng, Wajo, Luwu, Gowa, Takalar, Jeneponto, Bantaeng serta Bulukumba yang mengalami sukses panen raya secara bersamaan.

Sulawesi Selatan merupakan wilayah yang dijadikan target pembangunan komoditas jagung di Indonesia Timur. Dari potensi pengembangan, potensi 400.000 Ha yang tersebar di sembilan kabupaten, menunjukkan rata-rata

produktivitas hanya sebesar 1.8 ton per Ha. Sementara program pemerintah menetapkan produksi nasional rata-rata 5 ton per Ha. Hal itu menandakan, angka yang dicapai Provinsi Sulawesi selatan sebagai daerah pengembangan jagung, masih mempunyai produktivitas rendah dan perlu ditingkatkan. Namun, hal ini tidak berlaku bagi kabupaten penghasil jagung utama, seperti Bone, Jeneponto dan Takalar. Karenanya, pemerintah harus memberikan perhatian khusus terhadap jagung agar tidak mengalami penurunan, seperti yang terjadi pada 2013-2015 lalu.

Hasil kajian Tim LPM Unhas (2006) mengemukakan bahwa beberapa faktor penghambat terkait dengan komoditas jagung, yakni: Pertama, bahwa secara umum penanaman jagung dilakukan secara serempak, sehingga waktu panen juga dilakukan secara bersamaan. Akibat panen yang bersamaan, produk berlimpah di saat itu langsung berimplikasi pada jatuhnya harga. Sebaliknya, kurangnya pasokan disaat musim paceklik mengakibatkan pabrik-pabrik pakan ternak (sebagai konsumen utama jagung dalam negeri) harus mendatangkan jagung impor. Kedua, panjangnya rantai pemasaran dalam proses pemasaran jagung dari petani berdampak pada rendahnya margin atau keuntungan yang dapat dinikmati petani dari tingkat harga yang dibayarkan oleh pedagang tingkat akhir/industri. Ketiga, lamanya waktu yang digunakan semenjak jagung dipipil hingga diserahkan ke pedagang tingkat akhir/industri berakibat pada meningkatnya kandungan alfatoksin bertanda bahwa jagung yang dihasilkan oleh petani kurang berkualitas mengakibatkan keengganan pihak pedagang/industri untuk membeli atau membeli dengan tingkat harga yang sangat rendah. Keempat, petani dalam memasarkan hasil produksinya tidak memiliki kebebasan akibat

ketergantungannya pada tengkulak sebagai dampak kurangnya modal yang dimiliki saat musim tanam tiba dan kurang berperannya kelembagaan yang ada di tingkat petani. Petani harus rela melepas hasil produksinya saat panen kepada tengkulak karena terikat utang sarana produksi yang berakibat sebagian besar penerimaan yang diperoleh petani setelah panen dialokasikan untuk membayar pokok pinjaman disertai dengan tingkat bunga yang sangat tinggi.

Pengembangan produksi jagung di Sulawesi Selatan diantaranya Kota Makassar mulai ditunjang dari kebijakan pemerintah yang melakukan berbagai upaya peningkatan produksi pangan, melakukan pengawalan pangan dalam rangka stabilisasi pasokan dan harga pangan. Selanjutnya melakukan sertifikasi produk petani atau tanaman segar untuk meningkatkan mutu demi keamanan pangan. Pemerintah juga mampu memberikan kontribusi melalui bimbingan dan pengawasan teknologi untuk meningkatkan produksi (Fitriani, 2017).

Alur tata niaga jagung di Sulawesi Selatan dimulai dari petani ke pedagang pengumpul, dan pedagang besar. Ditingkat petani, jagung dijual ke pedagang (pengumpul) atau ke pasar (pedagang penyalur Kota atau pengecer di pasar umum). Disamping itu ada juga yang menjual produksinya ke Gempita. Harga jual jagung pada musim hujan dan kemarau sangat berbeda. Umumnya pada musim hujan lebih murah karena mudah terkena serangan jamur sehingga bisa saja pedagang meraup kerugian. Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa kendala utama yang dihadapi saat ini adalah adalah fluktuasi produksi karena sifatnya yang musiman (*seasonal*), relatif panjang (*gestation period*), mudah rusak (*perishable*), dan butuh ruang (*bulky*). Begitu pula dengan usaha tani jagung

dengan skala kecil dan tersebar (*spasial*) akan mempertinggi biaya pengumpulan. Tata niaga yang efektif sangat dibutuhkan dalam memasarkan produk hasil pertanian ini. Apabila terjadi keterlambatan dalam tata niaganya, maka akan menyebabkan harga menjadi rendah dan bahkan tidak laku untuk dijual.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka masalah penelitian ini yaitu terdapat beberapa bentuk pola distribusi pemasaran jagung yang terjadi pada komoditi jagung pakan, yang akan menyebabkan terjadinya perbedaan harga ditingkat petani dan perbedaan margin pada semua pelaku dalam rantai pemasaran. Adapun pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pola distribusi jagung pakan dari petani sampai pada konsumen akhir di Kota Makassar ?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran jagung pakan di Kota Makassar ?

## **1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pola distribusi jagung pakan dari petani sampai pada konsumen akhir di Kota Makassar.
2. Mengetahui efisiensi pemasaran jagung pakan di Kota Makassar.

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Petani, pedagang perantara dan konsumen sebagai bahan pertimbangan dalam memasarkan jagung pakan.
2. Instansi terkait, sebagai bahan informasi untuk pembuatan kebijakan yang terkait dengan masalah kinerja pemasaran jagung pakan di Kota Makassar.
3. Peneliti lain, sebagai bahan informasi dan pembanding bagi penelitian selanjutnya mengenai pemasaran jagung pakan.

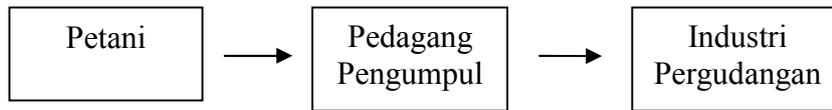
## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pola Distribusi Pemasaran Jagung

Distribusi adalah kegiatan penyaluran barang dan jasa yang dibuat dari produsen ke konsumen agar tersebar luas. Karena kegiatan distribusi berfungsi mendekatkan produsen dengan konsumen, tapi dalam kenyataan tidak selamanya barang yang dihasilkan produsen untuk sampai ke konsumen harus melewati distributor. Akan tetapi, dalam perekonomian modern kegiatan distribusi memegang peranan yang penting dan lebih dengan makin majunya teknologi transportasi yang mengakibatkan hubungan antar bangsa di seluruh Indonesia menjadi lebih dekat (Elly, 2016).

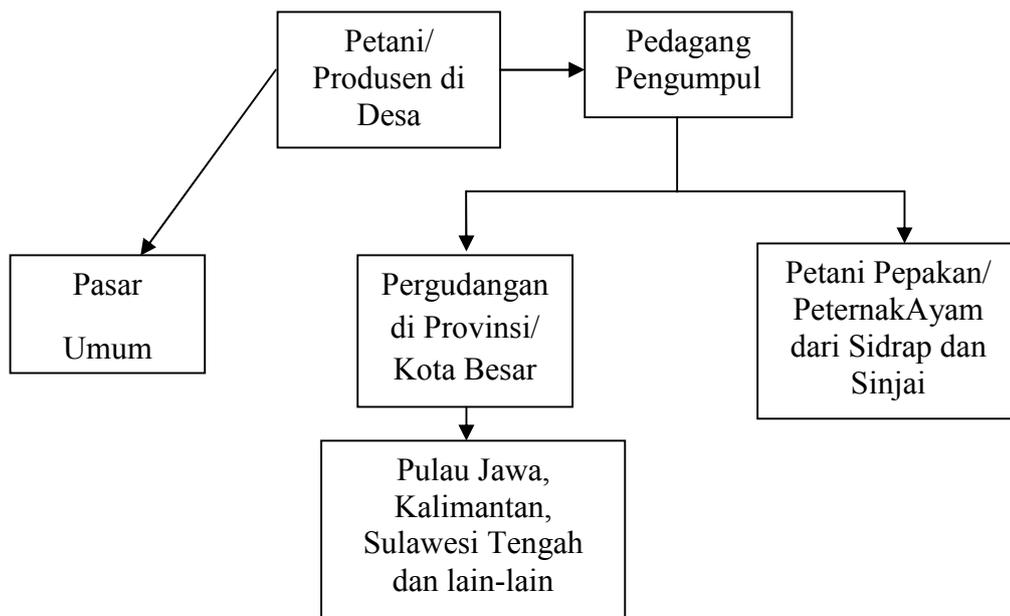
Faktor yang mendorong petani untuk menjual cepat hasil jagungnya antara lain adalah: (1) mereka memerlukan uang tunai untuk membayar bunga dan angsuran pokok kredit, (2) memenuhi kebutuhan keluarga, dan (3) keharusan membayar PBB. Untuk mengatasi masalah yang dihadapi, petani perlu didorong untuk memanfaatkan peluang yang ada, di antaranya meningkatkan produktivitas, nilai tambah produksi melalui pengelolaan hasil, dan menempuh alur pemasaran yang pendek, bahkan diupayakan untuk berhubungan langsung dengan industri pangan dan pakan (Yonekura, 1995).

Pemasaran jagung yang dilakukan petani pada umumnya hanya terbatas pada fungsi pertukaran saja, sementara perubahan bentuk fisik relatif kecil sekali. Harga jual pada tingkat petani pada saat yang sama relatif tidak bervariasi, tetapi harga dari bulan ke bulan mengalami fluktuasi yang cukup besar .



Gambar 1. Saluran Distribusi Pemasaran Jagung Pola 1 di Kota Makassar (Maamun, *et al.*, 2000).

Serupa dengan daerah lainnya, alur tata niaga jagung di Sulawesi Selatan dimulai dari petani ke pedagang pengumpul, dan pergudangan. Ditingkat petani, jagung dijual ke pedagang (pengumpul) atau ke pasar (pergudangan di Kota atau pengecer di pasar umum) (Maamun, *et al.*, 2000).



Gambar 2: Saluran Distribusi Pemasaran Jagung Pola 2 di Kota Makassar (Maamun, *et al.*, 2000)

Saluran pemasaran jagung yang ada di wilayah Kota Makassar adalah produksi jagung yang dihasilkan oleh petani kemudian dijual ke pedagang pengumpul atau kelompok peternak yang berada pada wilayah Sidrap. Pedagang pengumpul inilah kemudian menjual jagung ke para peternak ayam yang berada di kabupaten Sidrap ataupun langsung ke KIMA (kawasan Industri Makassar),

sedangkan pada tingkat industri di Kota Makassar pemasarannya yang di jual kembali dalam keadaan jagung ready dan di jual ke gudang yang lebih besar lagi semisal PT. Japfa dan PT. Wonokroyo Grup, dan ada juga yang menjualnya dalam keadaan sudah diolah menjadi katul atau dedak yang siap digunakan konsumen. Pelaku pemasaran berperan menyampaikan suatu produk ke konsumen. Bila banyak pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung, dapat mengakibatkan harga jagung di tingkat petani terpengaruh lebih rendah. Kebanyakan pelaku pemasaran telah memiliki kemampuan dan fasilitas antara lain; jenis usaha, kemampuan permodalan, pemilikan fasilitas dan daya tampung produksi (Maamun, *et al.*, 2000).

## **2.2 Pemasaran Jagung**

Pemasaran merupakan salah satu sistem agribisnis yang aktivitas ekonominya menghubungkan antara produksi dan konsumsi. Produk sebagai hasil dari kegiatan produksi harus menguntungkan produsen yang berada pada titik produksi dan harus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berada pada titik konsumsi (Jumiati, 2012).

Tiga komponen utama yang mendukung pemasaran jagung adalah produsen, pedagang, dan konsumen. Petani sebagai produsen perlu didukung oleh paket teknologi dan lembaga penyedia sarana produksi yang mampu menyediakan secara lima tepat (tepat waktu, jenis, ukuran, tempat, dan harga). Anjuran paket teknologi jagung sesungguhnya telah disadari manfaatnya oleh petani, yaitu untuk meningkatkan produksi, namun belum sepenuhnya diterapkan karena terbentur masalah pendanaan. Konsekuensinya, produksi belum optimal, baik jumlah

maupun mutu, sehingga akan mempersulit pemasaran hasil, terutama untuk tujuan ekspor.

Pemasaran menurut Kotler (1997) adalah Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain. Tujuan Pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk yang dijual akan cocok sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga produk tersebut dapat terjual dengan sendirinya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba.

Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Cravens (2000) mengemukakan bahwa proses strategi pemasaran melalui beberapa tahapan, yakni: Pertama, analisis situasi (*situation analisis*) yang meliputi visi, struktur, dan analisis pasar, segmentasi pasar, serta pengetahuan pasar untuk memadu perancangan suatu strategi baru atau perubahan strategi yang sudah ada. Kedua, perancangan strategi pemasaran (*designing marketing strategy*) yang merupakan tahap analisis situasi dalam proses strategi pemasaran, mengidentifikasi peluang pasar, menggambarkan segmen pasar, mengevaluasi persaingan, dan menilai kelemahan dan kekuatan perusahaan yang meliputi target

pasar dan analisis positioning, membangun hubungan pemasaran, serta pengembangan dan pengenalan produk baru. Ketiga, pengembangan program pemasaran (*marketing program development*) yang meliputi portofolio produk dan manajemen strategi merek, rantai nilai, strategi promosi dan harga. Keempat, penerapan dan manajemen strategi pemasaran (*implementing and managing marketing strategy*) yang merupakan tahap penerapan dan manajemen strategi pemasaran meliputi perancangan marketing driven organization yang efektif, serta strategi implementasi dan kontrol. Untuk mengembangkan dan mengolah strategi pemasaran, para pemasar harus berfokus pada beberapa tugas pemasaran, yaitu analisis kesempatan pemasaran, pemilihan dasar sasaran, pengembangan bauran pemasaran dan manajemen pemasaran yang efektif (Pride dan Farrel, 1995).

Anwar (1995) mengemukakan bahwa strategi dan kiat pemasaran dari sudut pandang penjual dikenal dengan 8P, yaitu: *Place* (tempat pemasaran yang strategis), *Product* (produk yang sesuai kebutuhan pasar), *Price* (harga yang wajar), *Promotion* (promosi yang gencar), *Personality* (tenaga pemasaran yang handal), *Public opinion* (opini konsumen), *Physical facility* (fasilitas fisik) dan *Political will* (kebijakan pemerintah) dengan tujuan akhir kepuasan pelanggan sepenuhnya.

Pemasaran hasil jagung melibatkan banyak pihak. Karena itu perlu dilibatkan pihak-pihak terkait dalam merumuskan program, mulai dari proses produksi sampai pemasaran. Program tersebut menurut Bahtiar *et al.*, (2002) mencakup: (1) sosialisasi teknologi penyimpanan yang dapat diterapkan petani untuk menghindari ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan, (2)

penyediaan sarana produksi (KUD, PT. Pertani, Perum Sang Hyang Seri) secara tepat (tepat jumlah dan jenis, tepat mutu, dan tepat harga dan lokasi), (3) penyediaan kredit usaha tani untuk komoditas jagung (BRI), dan (4) penyerapan hasil berdasarkan standar mutu hasil (jaminan harga dari pemerintah/swasta).

Tata niaga yang efisien seringkali menjadi kunci keberhasilan pengembangan komoditas pertanian dan menjadi syarat mutlak yang diperlukan dalam pembangunan pertanian. Tata niaga pertanian pula yang dapat menciptakan nilai tambah melalui perubahan guna tempat, guna bentuk dan guna waktu. Namun seringkali terjadi produk yang tinggi masih membawa kerugian yang tidak kecil bagi petani karena tidak terjualnya produk-produk pertanian. Walaupun terjual petani mendapatkan harga yang kurang layak. Tata niaga komoditas pertanian merupakan suatu sistem yang melibatkan tiga pelaku utama yaitu produsen atau petani, pelaku pemasaran atau pedagang, dan konsumen.

### **2.3 Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi adalah ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit penggunaan sumber daya, maka prosesnya dikatakan semakin efisien. Proses yang efisien ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat. Efisiensi pemasaran akan terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetisi pasar yang sehat (Soekartawi, 1990).

Banyaknya rangkaian jual beli yang dialami oleh suatu komoditi sejak diproduksi sampai pada konsumen akhir juga mempengaruhi efisiensi pemasaran produk-produk yang bersangkutan. Semakin banyak jumlah transaksi yang dialami suatu barang sebelum mencapai konsumen akhir semakin besar biaya pemasaran yang ditimbulkannya. Karena setiap transaksi dijadikan sumber-sumber keuntungan bagi pelakunya. Semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistem pemasarannya (Jumiati, 2012).

Untuk mengatasi masalah yang dihadapi, petani perlu didorong untuk memanfaatkan peluang yang ada, di antaranya meningkatkan produktivitas, nilai tambah produksi melalui pengelolaan hasil, dan menempuh alur pemasaran yang pendek, bahkan diupayakan untuk berhubungan langsung dengan industri pangan dan pakan (Yonekura, 1995).

Alur pemasaran/ tata niaga turut menentukan pendapatan petani. Semakin panjang alur tata niaga dari produsen ke konsumen akhir semakin menurun pendapatan yang diperoleh produsen. Untuk memenuhi permintaan industri pengolahan pakan dan makanan, terjadi alur tata niaga jagung antar provinsi yaitu dari provinsi surplus ke provinsi yang mengalami kekurangan.

Efisiensi adalah saluran pertama karena mempunyai nilai produksi yang tinggi sehingga tingkat efisiensi lebih rendah. Hasil jagung petani, bila dilihat dari distribusinya, sudah mengarah kepada pasar (*market oriented*). Sebagian besar produksi dijual dan hanya sebagian yang disimpan untuk konsumsi dan benih pada musim tanam berikutnya. Faktor yang mendorong petani untuk menjual cepat hasil jagungnya antara lain adalah: (1) mereka memerlukan uang tunai untuk

membayar bunga dan angsuran pokok kredit, (2) memenuhi kebutuhan keluarga, dan (3) keharusan membayar PBB.

Tata niaga pertanian merupakan keragaan dari semua aktifitas bisnis dalam bentuk aliran barang atau jasa komoditas pertanian daritingkat produksi (petani) sampai kepada konsumen akhir (Kohls dan Uhl, 1985). Dengan demikian tata niaga merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha pertanian karena tata niaga merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh pada tinggi rendahnya pendapatan petani. Produksi yang baik dan melimpah akan kurang berarti karena harga pasar yang rendah. Demikian pula dengan produksi yang tinggi tidak mutlak memberikan keuntungan lebih besar bagi petani tanpa tata niaga yang baik dan efisien.

Maka dari itu, tata niaga menjadi kunci keberhasilan pengembangan komoditas pertanian dan menjadi syarat mutlak yang diperlukan dalam pembangunan pertanian. Tata niaga pertanian pula yang dapat menciptakan nilai tambah melalui perubahan guna tempat, guna bentuk dan guna waktu. Namun seringkali terjadi produk yang tinggi masih membawa kerugian yang tidak kecil bagi petani karena tidak terjualnya produk-produk pertanian. Untuk menghitung tingkat efisiensi dapat menggunakan rumus efisiensi pemasaran (Soekartawi, 1990).

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

Keterangan :

Eps = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya

TNP = Total Nilai Produksi

## 2.4 Lembaga Pemasaran Jagung

Serupa dengan daerah lainnya, alur tata niaga jagung di Sulawesi Selatan dimulai dari petani ke pedagang pengumpul, dan pedagang besar. Di tingkat petani, jagung dijual ke pedagang (pengumpul) atau ke pasar (pedagang penyalur Kota atau pengecer di pasar umum) (Maamun, *et al.*, 2000).

Pemasaran jagung di Provinsi Gorontalo berdasarkan kesepakatan melalui pola kemitraan, yaitu pedagang pengumpul membeli jagung dari petani. Pada umumnya antara kedua pihak sudah terjalin hubungan karena pedagang pengumpul memberikan pinjaman kepada petani berupa sarana produksi dan diperhitungkan pada saat penjualan jagung dengan harga pasar. Harga pembelian jagung dari petani cukup bervariasi, bergantung pada kualitas biji jagung dan jarak lokasi ke Kota Gorontalo. Selanjutnya, pedagang pengumpul menjual jagung kepada swasta atau BUMD untuk diekspor atau diantarpulaukan. Di tingkat pedagang pengumpul, persyaratan kualitas jagung adalah: kadar air 17%, warna biji cerah, tidak bertepung, dan kadar aflatoxin maksimum 150 ppb. Jagung yang dibeli dari pedagang pengumpul kemudian dipasarkan ke Surabaya, Manado, Bitung, Singapura, Malaysia, dan Filipina (Saenong, *et al.*, 2003).

Kegiatan pendistribusian jagung dari petani ke konsumen memerlukan pedagang perantara atau disebut juga sebagai lembaga pemasaran yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan pemasaran. Pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung di Kabupaten Wajo meliputi Pedagang Pengumpul Desa (PPD), Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK) dan Pedagang Besar (PB), dan berdasarkan hasil penelitian (LPM Unhas, 2006)

saluran pemasaran jagung di Kabupaten Wajo, lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses penyampaian jagung dari petani sampai ke konsumen akhir adalah :

1. Pedagang Pengumpul Desa (PPD)
2. Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK)
3. Pedagang Besar (PB)

Saluran dan lembaga pemasaran jagung adapun deskripsi dan pola saluran pemasaran jagung yang terjadi di Kabupaten Wajo dan lembaga pemasarannya, yang melibatkan berbagai pedagang. Perbedaan ini disebabkan karena adanya variasi permodalan yang dimiliki pedagang serta perbedaan akses transportasi lokasi pedagang terhadap lokasi para petani jagung. Saluran pemasaran jagung ada yang dari petani ke Pedagang Pengumpul Desa (PPD), dari petani ke Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK), dan dari petani ke Pedagang Besar (PB). Selanjutnya ada juga perdagangan diantara para pedagang yang membentuk pola dari PPD PPK PB. Pada akhirnya konsumen jagung di Kabupaten Wajo adalah para Pedagang Makanan Ternak (PMT) dan Konsumen Luar Daerah (KLD). Keadaan petani yang banyak mengalami kekurangan seperti modal, pendidikan, keterbatasan prasarana/sarana transportasi dan telekomunikasi, menjadikan mereka tidak dapat langsung menjual hasil jagungnya langsung ke konsumen akhir untuk mendapatkan harga yang tinggi. Keadaan ini dimanfaatkan oleh pihak lain seperti pedagang perantara yang terdiri dari PPD, PPK dan PB. Dengan demikian terbentuklah saluran pemasaran jagung di Kabupaten Wajo. Saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana dan dapat pula rumit. Hal ini tergantung dari macam komoditi, lembaga pemasaran dan sistem pasar. Sistem pasar yang

monopoli memiliki saluran pemasaran yang relatif lebih sederhana dibandingkan dengan sistem pasar yang lain (LPM Unhas, 2006).

Mursid (1993) mengemukakan bahwa Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu hasil pertanian tergantung beberapa faktor :

- a. Jarak antara produsen dan konsumen, semakin jauh jaraknya makin panjang saluran pemasaran yang ditempuh produk.
- b. Cepat tidaknya produk rusak, semakin produk cepat rusak harus cepat sampai ke konsumen, sehingga menghendaki saluran yang pendek.
- c. Skala produksi, jika produksinya skala kecil maka tidak menguntungkan bila produsen langsung menjualnya ke pasar, sehingga saluran pemasaran yang dilalui cenderung panjang.
- d. Posisi keuangan pengusaha, produsen yang posisi keuangannya kuat, cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran.

## **2.5 Terbentuknya Harga**

Rendahnya tingkat harga jagung yang diterima oleh petani disebabkan oleh masalah kualitas jagung hasil produksi petani rendah dan pada sisi lain pedagang/industri menetapkan standar kualitas yang sangat ketat. Disamping itu, tingginya biaya pengangkutan sebagai akibat tingginya pungutan dalam pengangkutan serta prasarana jalan desa yang kurang memadai turut pula menjadi penyebab rendahnya tingkat harga jagung yang diterima oleh petani karena pedagang pengumpul kabupaten memperhitungkan biaya-biaya tersebut untuk menetapkan harga pembelian jagung di tingkat petani (Andi, 2016).

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Tujuan penetapan harga yaitu untuk mencapai suatu target *return on investment* (pengembalian atas investasi), stabilisasi harga dan margin, penetapan harga untuk mencapai suatu target *market share* (pangsa pasar). Penetapan harga untuk mengatasi dan mencegah persaingan serta untuk memaksimalkan laba (Danang, 2013).

Persoalan pokok pada tata niaga produk pertanian adalah fluktuasi produksi karena sifatnya yang musiman (*seasonal*), relatif panjang (*gestation period*), mudah rusak (*perishable*), dan butuh ruang (*bulky*). Begitu pula dengan usaha tani jagung dengan skala kecil dan tersebar (*spasial*) akan mempertinggi biaya pengumpulan. Tata niaga yang efektif sangat dibutuhkan dalam memasarkan produk hasil pertanian ini. Apabila terjadi keterlambatan dalam tata niaganya, maka akan menyebabkan harga menjadi rendah dan bahkan tidak laku untuk dijual (Andi, 2016).

Upaya untuk memperbaiki tingkat harga yang diterima petani dapat dilakukan melalui perbaikan sistem tata niaga dengan meningkatkan efisiensinya. Dengan demikian diperlukan distribusi jagung yang efisien oleh lembaga tata niaga yang terlibat, yaitu petani, pedagang perantara/pengumpul dan konsumen akhir. Tujuannya agar penyaluran produksi dari petani ke konsumen akhir dilakukan secara tepat waktu, tepat jumlah, tepat bentuk, dan tepat harga (LPM Unhas, 2006).

## 2.6 Komoditi Jagung

Jagung merupakan tanaman yang dapat digolongkan dalam berbagai macam kelompok tanaman seperti:

- a. Kelompok tanaman pangan, jika yang dihasilkan digunakan untuk kebutuhan pangan pokok,
- b. Kelompok tanaman hortikultura, jika jagung yang dihasilkan dimanfaatkan sebagai buah meja, sayuran dan obat-obatan, yang tergolong dalam kelompok ini adalah jagung manis dan jagung muda yang belum berisi,
- c. Kelompok tanaman perkebunan, jika tanaman tersebut diusahakan pada lahan yang luas disertai manajemen yang baik dan hasilnya digunakan sebagai bahan baku industri.

Jagung merupakan bahan pangan yang memiliki kandungan gizi cukup baik dan dimanfaatkan dalam berbagai keperluan. Menurut Najiyati (1992), manfaat tanaman jagung bisa digunakan untuk tiga tujuan utama:

- a. Sebagai bahan makanan pokok terutama didaerah tropis,
- b. Makanan untuk ternak dan unggas, terutama dinegara-negara industri didaerah temperate, menyediakan lebih dari 2/3 dari total perdagangan biji-bijian untuk pakan ternak,
- c. Sebagai bahan baku untuk banyak hasil-hasil industri.

Indonesia pada tahun 2000, pemanfaatan jagung sebesar 50% untuk bahan makanan dan industri pangan, sedangkan 50% untuk industri pakan. Kecenderungan proporsi tersebut akan berubah pada tahun 2020 dimana industri pakan memerlukan jagung sekitar 76,2% (Kasryno, 2006).

Tanaman jagung merupakan tanaman yang hampir tidak memiliki nilai sisa selain bijinya yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan, bagian tanaman jagung lainnya dapat dimanfaatkan untuk banyak hal, seperti halnya bentuk kerajinan maupun bahan bakar. Jagung memiliki banyak manfaat dan pilihan dalam memanfaatkannya, usia memanenpun dapat merubah kegunaan dari jagung tersebut. Bonggol jagung dalam usia muda belum menghasilkan biji dimanfaatkan sebagai sayuran, sedangkan dalam usia yang lebih tua dapat dimanfaatkan sebagai buah meja dan pada usia tua dalam keadaan kering dimanfaatkan sebagai bahan baku industri, seperti industri pakan, industri biofuel (Restiana, 2010).

Jagung merupakan bahan baku industri dan pakan. Pakan ternak adalah campuran berbagai macam bahan organik dan anorganik yang diberikan kepada ternak untuk memenuhi kebutuhan zat-zat makanan yang diperlukan bagi pertumbuhan, perkembangan reproduksi. Pemanfaatan jagung sebagai bahan baku industri akan memberi nilai tambah bagi usaha tani komoditas jagung.

## **2.7 GEMPITA**

Gerakan Pemuda Tani Indonesia adalah gagasan menteri pertanian RI yang menyadari bahwa tanpa keterlibatan negara untuk mendorong peran pemuda maka sektor pertanian kita akan segera tamat. Gempita ini bukan sebuah organisasi masyarakat ataupun organisasi non pemerintah. Gempita adalah pelembagaan dari komitmen negara untuk memberdayakan pemuda dan merawat identitas nusantara sebagai bangsa agraris.

Regenerasi petani dan pemanfaatan lahan pertanian agar menjadi produktif adalah pola gerak Gempita. Para pemuda dihadirkan kedalam pertanian yang

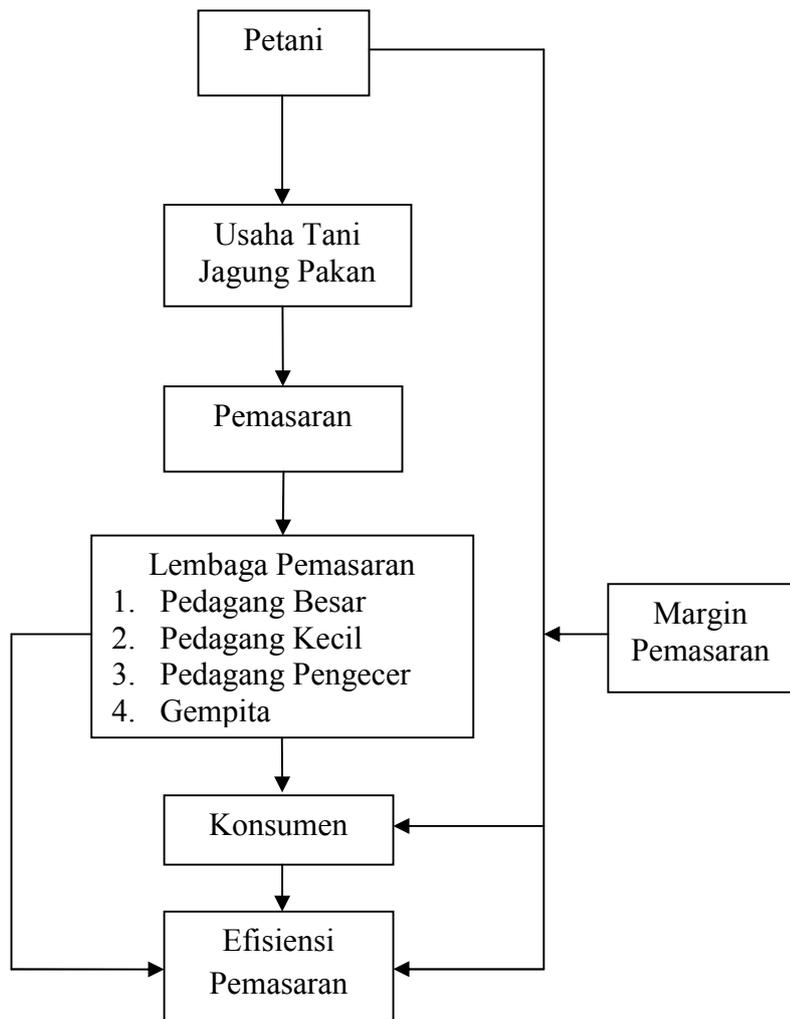
ditunjang dengan inovasi teknologi pertanian. Visi Gempita yaitu mewujudkan pangan nusantara. Misi yang pertama yaitu regenerasi petani, kedua yaitu Modernisasi pertanian dan yang ketiga adalah Perluasan areal tanam.

Adapun agenda dari Gempita yaitu:

1. Pemberdayaan sumber dayamansiauntuk punggutan pertanian berkelanjutan.
2. Penguatan inovasi dan teknologi bagi pelayanan pertanian.
3. Pemanfaatan lahan seluas-luasnya untuk areal peral pertanian.
4. Meningkatkan produktivitas pertanian.
5. Mendongkrak kesejahteraan petani.

## **2.8 Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting. Dengan demikian kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.



Gambar 3. Kerangka Pikir Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan di Kota Makassar.

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni hingga Juli 2018 dengan lokasi penelitian di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan daerah sentra pemasaran produksi jagung.

#### 3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang bisa berupa orang, benda atau suatu hal yang didalamnya bisa diperoleh dan atau bisa memberikan informasi (data) penelitian. Populasi dalam penelitian ini ialah petani jagung, pedagang, dan industri yang ditentukan dengan *metode purposive* (sengaja).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu mengambil 6 responden dari petani yang mengusahakan jagung pipilan, 3 responden dari pedagang besar, 4 responden dari pedagang kecil, 3 responden dari pedagang pengecer, 1 responden dari Gempita. Sampel ini ditentukan dengan *metode bola salju (snow ball sampling)*. Dengan metode ini aliran komoditi jagung dari petani ke konsumen dapat diketahui sehingga rantai pemasaran jagung yang terbentuk dapat diidentifikasi secara riil (Irianto dan Mardikanto, 2011).

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dengan petani dan lembaga pemasaran yang terpilih sebagai sampel serta melalui observasi.

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada. Kedua data tersebut dikumpulkan dengan teknik Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan suatu langkah yang harus digunakan dalam mengadakan suatu penelitian, agar mendapat data sesuai dengan apa yang diinginkan. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dengan petani dan lembaga pemasaran yang terpilih melalui observasi, pencatatan dan dokumentasi.

Teknik pengumpul data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

## 2. Observasi

Observasi yaitu mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian atau lapangan untuk mengetahui secara langsung kondisi yang terjadi atau untuk membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik mengambil rujukan dari data-data yang telah tersedia dilapangan berupa foto, gambar, dan berbagai dokumen yang diperlukan dalam penelitian.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran dan lembaga pemasaran jagung pakan berdasarkan data primer yang bersumber dari informan. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran jagung di Kota Makassar dilakukan dengan cara mengikuti aliran produksi jagung dari petani sampai pembeli akhir. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan marjin pemasaran dan analisis efisiensi pemasaran.

#### **1. Marjin Pemasaran**

Marjin pemasaran merupakan selisih harga ditingkat konsumen dan harga ditingkat produsen. Untuk menghitung marjin dari setiap lembaga pemasaran digunakan rumus (Sudiyono, 2002).

$$\mathbf{Mp = Pr - Pf \text{ atau } Mp = Bp + Kp}$$

Keterangan:

Mp = Marjin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga Ditingkat Produsen (Rp/Kg)

Bp = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

Kp = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

## **2. Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran akan terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetisi pasar yang sehat (Soekartawi, 1990).

Lebih lanjut Soekartawi (1990), menyatakan bahwa efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan dalam persamaan dituliskan :

$$\mathbf{Eps = (TB/TNP) \times 100\%}$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya

TNP = Total Nilai Produksi

### **3.6 Definisi Operasional**

1. Petani adalah petani yang mengusahakan tanaman jagung pakan mulai penanaman sampai pemanenan yang ada di Kota Makassar.
2. Pola distribusi jagung adalah gambaran arus pemasaran komoditi jagung pakan mulai dari tingkat petani di Kota Makassar sampai pada konsumen industri yang ada di Kota Makassar.
3. Pemasaran adalah mengalirnya produk jagung pakan dari petani hingga ke konsumen industri yang ada di Kota Makassar.
4. Marjin pemasaran adalah selisih harga ditingkat konsumen industri dan harga pada tingkat produsen petani jagung pakan yang ada di Kota Makassar.
5. Efisiensi pemasaran adalah ukuran penggunaan sumber daya dalam pemasaran dari lembaga pemasaran jagung pakan yang ada di Kota Makassar.
6. Lembaga pemasaran adalah pedagang perantara yang terlibat dalam pemasaran jagung pakan yang ada di Kota Makassar.
7. Pedagang Besar adalah pedagang yang membeli jagung pakan dengan jumlah yang besar lalu dijual kembali ke industri yang ada di Kota Makassar.
8. Pedagang Pengumpul adalah pedagang yang membeli jagung pakan dalam jumlah yang kecil yang langsung dari produsennya (petani) lalu dijual kembali ke pedagang besar dan industri di Kota Makassar.
9. Pedagang Pengecer adalah pedagang yang membeli jagung pakan dari pedagang pengumpul ataupun pedagang besar, dan menjualnya ke konsumen akhir yang ada di Kota Makassar.

10. GEMPITA ( Gerakan Pemuda Tani Indonesia ) adalah lembaga yang dibentuk oleh Menteri Pertanian untuk menangani masalah - masalah terkait padi, jagung, kedelai, bawang, kacang tanah.
11. Industri adalah usaha pengolahan bahan mentah jagung pakan atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.
12. Peternak Kecil adalah konsumen tingkat akhir yang skalanya hanya tingkat rumahan atau skala kecil-kecilan.
13. Peternak besar adalah konsumen tingkat akhir yang memiliki skala usaha yang besar yaitu berupa peternakan ayam.

## **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **4.1 Letak Geografis**

Kota Makassar merupakan daerah pantai yang datar dengan kemiringan 0 - 5 derajat ke arah barat, diapit dua muara sungai yakni Sungai Tallo yang bermuara di bagian utara Kota dan Sungai Jeneberang yang bermuara di selatan Kota. Luas wilayah Kota Makassar seluruhnya berjumlah kurang lebih 175,77 Km<sup>2</sup> daratan dan termasuk 11 pulau di Selat Makassar ditambah luas wilayah perairan kurang lebih 100 Km<sup>2</sup>.

Secara administrasi Kota Makassar dibagi menjadi 14 Kecamatan dengan 143 Kelurahan. Di antara 14 Kecamatan tersebut, ada tujuh Kecamatan yang berbatasan dengan pantai yaitu Kecamatan Tamalate, Kecamatan Mariso, Kecamatan Wajo, Kecamatan Ujung Tanah, Kecamatan Tallo, Kecamatan Tamalanrea, dan Kecamatan Biringkanaya.

Batas-batas administrasi Kota Makassar adalah:

- Batas Utara : Kabupaten Maros
- Batas Timur : Kabupaten Maros
- Batas Selatan : Kabupaten Gowa dan Kabupaten Takalar
- Batas Barat : Selat Makassar

## 4.2 Kondisi Demografi

Kota Makassar cukup unik dengan bentuk menyudut di bagian Utara, sehingga mencapai dua sisi pantai yang saling tegak lurus di bagian Utara dan Barat. Di sebelah Utara kawasan pelabuhan hingga Tallo telah berkembang kawasan campuran termasuk di dalamnya armada angkutan laut, perdagangan, pelabuhan rakyat dan samudera, Sebagian rawa-rawa, tambak, dan empang dengan perumahan kumuh hingga sedang. Kawasan pesisir dari arah Tengah ke bagian Selatan berkembang menjadi pusat Kota (*Centre Busines District* – CBD) dengan fasilitas perdagangan, pendidikan, pemukiman, fasilitas rekreasi dan resort yang menempati pesisir pantai membelakangi laut yang menggunakan lahan hasil reklamasi pantai.

Tabel 2. Persebaran Penduduk Kota Makassar

<b>Kecamatan</b>	<b>Laki-laki (Jiwa)</b>	<b>Perempuan (Jiwa)</b>	<b>Jumlah</b>
Mariso	29.856	29.436	59.292
Mamajang	29.884	31.123	61.007
Makassar	42.048	42.710	84.758
Tamalate	96.516	97.977	194.493
Rappocini	79.660	84.903	164.563
Ujung Pandang	13.453	15.044	28.497
Wajo	15.164	15.769	30.933
Bontoala	27.579	28.957	56.536
Ujung Tanah	24.794	24.429	49.223
Tallo	69.739	69.428	139.167
Panakukang	73.114	74.669	147.783
Manggala	69.541	69.118	138.659
Tamalanrea	54.988	57.182	112.170
Biringkanaya	100.978	101.542	
<b>Kota Makassar</b>	<b>727.314</b>	<b>742.287</b>	<b>1.469.601</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2017

Menurut data kependudukan pada tahun 2017, jumlah penduduk di Kota Makassar adalah sekitar 1.469.601 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sekitar 727.314 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sekitar 742.287 jiwa. Dengan rasio jenis kelamin adalah sekitar 92,16% yang berarti setiap 100 orang penduduk perempuan terdapat sekitar 92 orang penduduk laki-laki. Berdasarkan data sensus BPS Kota Makassar tahun 2017 menunjukkan bahwa mayoritas penduduk menganut agama islam sebanyak 82.39%, kemudian Kristen Protestan 9.61%, Katolik 5.56%, Buddha 1.41%, Hindu 0.76%, dan Konghucu 0.27%. Dan di antara penyebaran penduduk Kota Makassar, Kecamatan Biringkanaya yang memiliki tingkat kepadatan dan jumlah penduduk terbanyak ini dapat ditunjukkan melalui tabel 2.

#### 4.3 Keadaan Umum Pertanian

Kota Makassar merupakan salah satu sentra produksi padi dan jagung di Sulawesi Selatan. Jenis tanaman lain yang banyak diusahakan di Kota Makassar antara lain ubi kayu, kacang panjang, sayur kangkung dan sayur bayam.

Tabel 3. Jenis Tanaman Yang Diusahakan

No	Komoditi	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1	Padi	105,87	123.378,07
2	Jagung	85,12	98.530,75
3	Ubi Kayu	35,02	367,97
4	Kangkung	20,05	102,67
5	Bayam	9,00	56,00
6	Kacang Panjang	9,00	54,68

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2017

Berdasarkan tabel 3 di atas komoditi yang banyak diusahakan di Kota Makassar yaitu padi dengan luas panen 105,87 (Ha) dengan jumlahnya yaitu 123.378,07 (Ton) setelah itu disusul komoditi jagung yang jumlah luas

penennya 85,12 (Ha) dengan jumlah produksinya 98.530,75 (Ton), ubi kayu dengan jumlah luas lahan 35,02 (Ha) dengan jumlah produksi 367,97 (Ton), sayur kangkung jumlah luas panen 20,50 (Ha) dengan jumlah produksi 102,67 (Ton), setelah itu bayam dan kacang panjang yang sama-sama memiliki luas panen 9 (Ha) dan jumlah produksinya masing-masing yaitu bayam 56,00 (Ton) dan 54,68 (Ton).

Dari Tabel 3 kita dapat melihat bahwa keadaan pertanian di Kota Makassar cukup variatif ini di tandai dengan banyaknya komoditi yang di usahakan petani untuk di konsumsi sendiri maupun dijual lagi kepasar atau ke orang lain.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil jagung petani, bila dilihat dari distribusinya, sudah mengarah kepada pasar (*market oriented*). Sebagian besar produksi dijual dan hanya sebagian yang disimpan untuk konsumsi dan benih pada musim tanam berikutnya. Faktor yang mendorong petani untuk menjual cepat hasil jagungnya antara lain adalah: (1) mereka memerlukan uang tunai untuk membayar bunga dan angsuran pokok kredit, (2) memenuhi kebutuhan keluarga, dan (3) keharusan membayar PBB.

### 5.1 Karakteristik Responden

#### 5.1.1 Umur Responden

Umur merupakan salah satu faktor penentu bagi petani dalam mengelola usahatani. Kemampuan fisik dan cara berpikir petani dipengaruhi oleh umur. Petani yang telah lanjut usia kemampuan fisiknya cenderung menurun dan sering kesulitan dalam menerima perubahan maupun inovasi, karena selalu berpijak pada pengalamannya.

Tabel 4. Karakteristik Umur Petani di Kota Makassar

No	Umur Petani	Jumlah Responden	Persentase ( % )
1	20 – 35	3	50,0
2	36 – 50	2	33,3
3	51 – 65	1	16,7
<b>Jumlah</b>		<b>6</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Setelah diolah (2018)

Petani yang berusia tua dan pendidikan lebih rendah lebih sulit menerima perubahan inovasi teknologi produksi. Pada Tabel 4 terlihat bahwa kisaran umur petani sampel berada pada umur 20–35 tahun dengan rata-rata 50% tahun. Hal

tersebut menggambarkan bahwa petani jagung pakan yang berada di daerah Kota Makassar memiliki kategori usia produktif.

Tabel 5. Karakteristik Umur Pedagang di Kota Makassar

No	Umur Pedagang	Jumlah Responden	Persentase ( % )
1	20 – 35	3	30
2	36 – 50	5	50
3	51 – 65	2	20
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Setelah diolah, (2018)

Sedangkan rata-rata umur pedagang yaitu antara umur 36 – 50 tahun, ini di kategorikan masih dalam usia produktif dalam berdagang.

### 5.1.2 Pendidikan Responden

Pendidikan merupakan salah satu cara pengembangan sumberdaya manusia yang berkualitas. Melalui pendidikan dapat dibentuk tenaga manusia yang terampil, berpengetahuan luas dan memiliki sikap mental serta kepribadian yang tegar.

Tabel 6. Karakteristik Pendidikan Petani di Kota Makassar

No	Pendidikan	Petani	Persentase ( % )
1	SD	1	16,7
2	SMP	2	33,3
3	SMA	3	50,0
4	Sarjana	-	-
5	Tidak Sekolah	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>6</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Setelah diolah, (2018)

Tingkat pendidikan umumnya mempengaruhi pola pikir petani, dimana petani yang mempunyai pendidikan lebih tinggi akan berpikir lebih maju dari pada petani yang lebih rendah pendidikannya. Sedangkan tingkat pendidikan petani di Kota Makassar cukup baik itu di tandai berdasarkan tabel 6 , tingkat pendidikan petani di Kota Makassar rata-rata SMA dengan jumlah 3 petani.

Tabel 7. Karakteristik Pendidikan Pedagang di Kota Makassar

No	Pendidikan	Pedagang	Persentase ( % )
1	SD	1	10
2	SMP	3	30
3	SMA	3	60
4	Sarjana	3	-
5	Tidak Sekolah	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Setelah diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 7 dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan pedagang di Kota Makassar cukup baik, ini di tandai dengan tingkat rata-rata pedagang untuk lulusan SD hanya 1 dan tingkat SMP, SMA dan Sarjana setara dengan jumlah masing-masing 3.

### 5.1.3 Luas Lahan dan Jumlah Tenaga Kerja

Luas Lahan merupakan salah satu faktor penentu bagi petani dalam mengelola usahatani. Luas lahan dan jumlah tenaga kerja petani mempengaruhi tingkat produktivitas jagung yang dihasilkan.

Tabel 8. Luas Lahan dan Jumlah Tenaga Kerja Petani di Kota Makassar.

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Benih (Kg)	Pupuk (Kg)	Pestisida (L)	Tenaga Kerja
1	Latang	0,40	8	600	11	-
2	Baharuddin	0,50	8	600	11	1
3	H. Samsuddin	1,00	15	1.200	15	5
4	Mamming	0,50	8	650	7	1
5	Rame	0,75	11	1.050	14	3
6	Darman	0,30	5	400	7	-

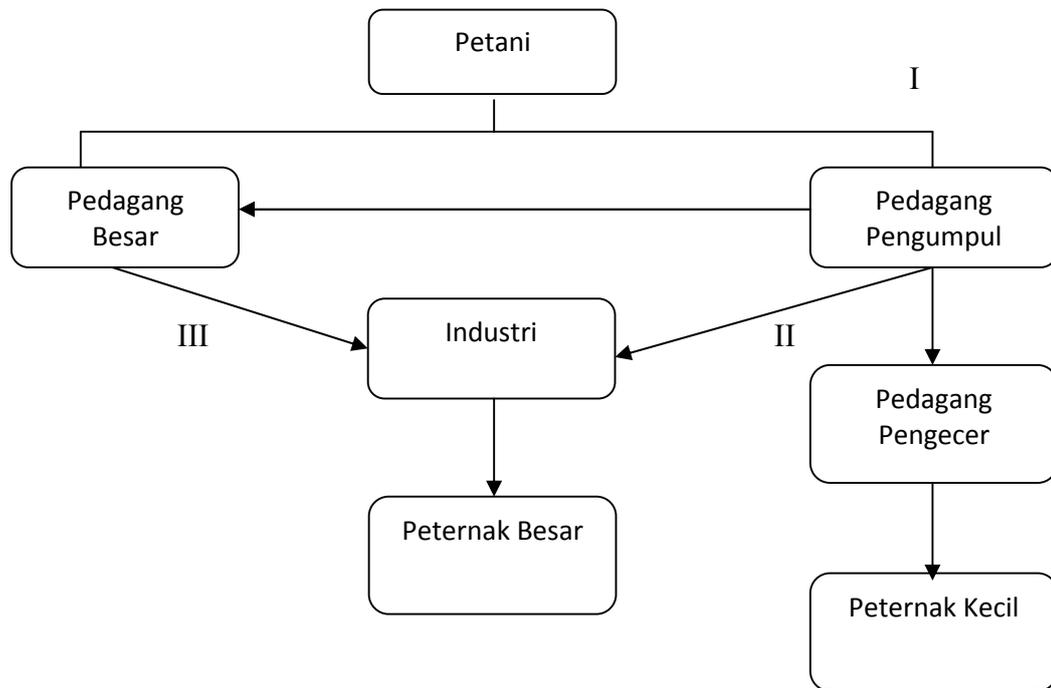
Sumber: Data Primer Setelah diolah (2018)

Secara rata-rata luas lahan petani responden yang ada di Kota Makassar yaitu 0,57 hektare, serta jumlah tenaga kerja juga berpatokan dengan jumlah luasan lahan pertanian yang dimiliki petani itu sendiri. Kita dapat melihat jumlah tenaga kerja yang terbanyak yaitu 5 orang dengan jumlah luas lahan 1 hektare.

## 5.2 Pola Distribusi Jagung

Berdasarkan data di lapangan ditemukan ada 2 pola pemasaran jagung di Kota Makassar. Petani bisa menjual kepada pedagang pengumpul, Gempita, Pedagang besar ataupun pedagang pengecer di pasar, pedagang pengumpul biasanya memiliki kebebasan untuk menjual jagungnya kepada pedagang besar, atau bisa juga langsung ke industri.

Hasil Penelitian di lapangan di temukan bahwa teori distribusi yang mengenai fungsi dari kegiatan distribusi yang mendekatkan produsen dengan konsumen sudah sesuai, namun dalam kenyataanya tidak selamanya barang yang dihasilkan produsen untuk sampai ke konsumen harus melalui pedagang Pengumpul dan industri terlebih dahulu.



Sumber: Data Primer Setelah diolah (2018)  
Gambar 4. Pola Distribusi Jagung Pola 1.

Pada aliran pola pertama jagung yang dihasilkan oleh petani kemudian dijual ke pedagang pengumpul, lalu pedagang pengumpul menjual lagi ke pedagang pengecer dan dari pedagang pengecer dijual dalam bentuk jagung utuh yang dijual secara perkilogram ke peternak kecil.

Pada aliran pola ke dua, pola distribusi saluran pemasaran jagung yang ada di wilayah Kota Makassar adalah produksi jagung yang dihasilkan oleh petani kemudian dijual ke pedagang Pengumpul. Pedagang Pengumpul inilah kemudian menjual jagung langsung ke KIMA (Kawasan Industri Makassar), sedangkan pada pola ketiga tingkat pedagang besar di Kota Makassar pemasarannya yang di jual kembali dalam keadaan jagung ready yang di jual ke gudang yang lebih besar lagi semisal PT. Japfa. Tingkat harga pembelian jagung yang berlaku di Industri Kota Makassar adalah berkisar antara Rp 3.100 – Rp 3.750 per kg. Harga terendah

biasanya terjadi saat panen musim tanam I karena kualitas jagung yang rendah akibat kadar air jagung yang cukup tinggi yang langsung berakibat pada anjloknya harga. Sedangkan tingkat harga yang tertinggi terjadi saat panen musim tanam II karena kualitas jagung hasil produksi petani relatif baik (tingkat kadar air jagung yang rendah).

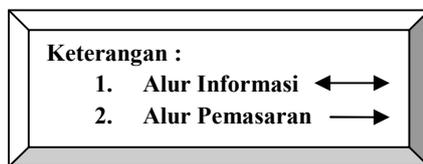
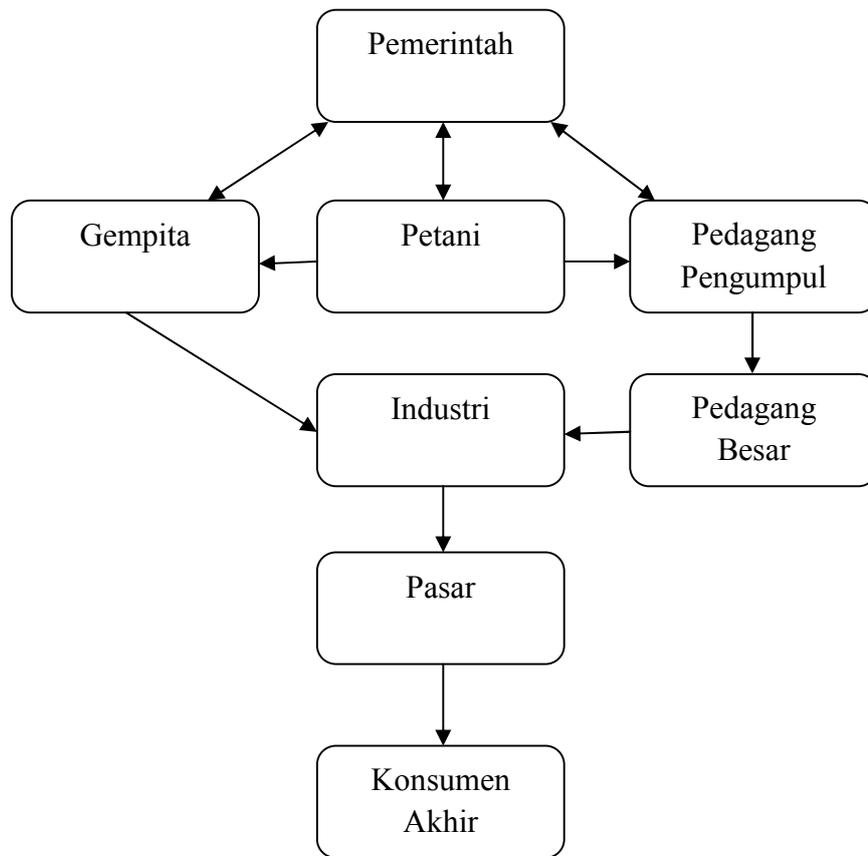
Jagung yang dikumpulkan oleh Pengurus selanjutnya disalurkan ke pedagang pengumpul. Untuk memenuhi standar kualitas yang diinginkan oleh pedagang besar atau industri pakan ternak, pedagang pengumpul masih melakukan penanganan terhadap jagung hasil pembeliannya, misalnya dengan menjemur kembali untuk memenuhi standar kadar air atau membersihkan untuk memenuhi standar kadar kotoran atau debu. Setelah jagung terkumpul dan dilakukan penanganan seperlunya, pedagang pengumpul melakukan penyimpanan hingga memenuhi jumlah yang cukup untuk dilakukan penyaluran ke pedagang besar atau industri pakan ternak yang ada di Kota Makassar, Kabupaten Sidenreng Rappang, Kabupaten Gowa dan Takalar.

Pedagang besar dan industri pakan ternak melakukan perhitungan untuk menentukan nilai pembelian yang harus dibayarkan kepada pedagang pengumpul. Tidak mutlak bahwa pedagang besar dan industri pakan ternak yang membeli jagung dari pedagang kecil langsung membayar sesuai dengan jumlah yang dipasok, tetapi sebelum penentuan nilai penjualan dilakukan perhitungan: Berat bersih yang dibayarkan (jumlah jagung yang dipasok dalam kg) dikurangi potongan karung (kg) dikurangi tingkat refaksi/potongan kadar (%). Nilai yang dibayarkan (Rp) adalah berat bersih yang dibayarkan (kg) dikali dengan tingkat

harga yang berlaku (Rp/kg). Sedangkan nilai refaksi/ potongan (%) adalah penjumlahan dari hasil uji mutu (kadar air, kadar jamur, kadar kotoran, kadar biji putih, dan kadar biji mati).

Di Kota Makassar umumnya para petani menjemur jagung dalam keadaan tongkol atau jagung masih utuh agar para petani dapat merebut harga yang lebih baik dari pada jagung yang di jual ke pedagang dalam keadaan basah, itu di karenakan para pedagang cenderung lebih suka membeli jagung yang kering dari pada jagung yang basah di karenakan agar para pedagang kecil atau pedagang pengumpul tidak direpotkan lagi menjemur jagung tersebut, itu di karenakan beberapa hal yang pertama apabila pedagang membeli jagung.

Dalam keadaan basah maka pedagang akan mengeluarkan biaya tambahan untuk tenaga kerja jemur dan penyewaan tempat apabila tidak memiliki tempat penjemuran, yang ke dua, jagung yang basah lebih mudah rusak atau lebih gampang berjamur di karenakan kadar air yang ada pada biji jagung, yang ketiga kebanyakan industri pergudangan lebih menyukai jagung yang kering itu di tandakan dengan adanya standar grade kadar yang di terapkan di pergudangan, biasanya pergudangan di Kota Makassar memasang standar grade kadar air jagung yaitu mulai dari kadar 30 sampai kadar 20 itu untuk jagung asalan dan berbeda lagi untuk jagung ready yang memiliki standar grade kadar yaitu kadar 18 sampai 15, dan dengan tingkat potongan yang berbeda-beda di setiap golongan kadar dari jagung. Serta perbedaan potongan harga yang di terapkan di setiap pergudangan industri pembelian jagung yang ada di Kota Makassar itu berbeda-beda tergantung kebijakan yang berlaku di industri tersebut.



Gambar 5. Pola Distribusi Jagung Pola 2  
 Sumber: Data Primer Setelah diolah (2018)

Kehadiran Gempita selain membeli hasil panen petani dengan angka yang di atas dari pedagang biasa, Gempita juga memberikan bantuan pupuk benih dan alsintan kepada petani, itulah juga mengapa petani saat ini lebih memilih jagungnya dijual kepada Gempita daripada ke pedagang kecil. Pelaku pemasaran berperan menyampaikan suatu produk ke konsumen. Bila banyak pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung, dapat mengakibatkan harga jagung di tingkat petani terpengaruh lebih rendah. Kebanyakan pelaku pemasaran

telah memiliki kemampuan dan fasilitas antara lain; jenis usaha, kemampuan permodalan, pemilikan fasilitas dan daya tampung produksi. Petani mulai berfikir untuk tidak menjual jagung mereka ke pedagang dengan alasan, 1. Gempita membayar jagung petani dengan *cash*, 2. Harga beli Gempita lebih tinggi dibandingkan dari pedagang, 3. Petani diberikan bantuan benih, pupuk, dan alsintan, dan biasanya petani bisa mengambil setengah dari uang hasil panennya sebelum terjadinya panen, itulah penyebabnya sehingga petani kini lebih condong menjual jagungnya ke Gempita, Namun ada juga beberapa petani yang tetap menjual jagungnya langsung ke pedagang pengumpul dengan alasan, 1. Sudah saling kenal, 2. Sudah menjadi langganan tetapi jauh sebelum hadirnya Gempita. Yang menjadi sorotan utama terjadi pada pola ke dua, pada pola ke dua kita dapat melihat peran pemerintah untuk melakukan masukan berupa saran kepada petani untuk menjual jagungnya ke pada Gempita atau pedagang pengumpul, disini biasanya para petani ini di awasi langsung oleh pemerintah dengan di masukkannya beberapa petani kedalam kelompok-kelompok tani asuhan dari Gempita. Mereka di berikan benih, pupuk, dan bantuan alsintan melalui kelompok tani mereka. Dan biasanya pemerintah melakukan campur tangan dalam menentukan harga jual kepada Gempita ataupun pedagang ini untuk melakukan pemberian batas harga jagung normal yang bisa menguntungkan petani.

Keunggulan Gempita di bandingkan pelaku pemasaran lainnya :

#### 1. Memberikan jaminan harga dasar pembelian

Untuk memotivasi petani agar dapat menghasilkan produksi dalam jumlah, mutu dan keberlanjutan sesuai yang diharapkan adalah adanya jaminan harga

dasar. Maka dari itu, Pemerintah Kota Makassar dan Gempita Kota Makassar perlu menetapkan kebijakan mengenai aturan harga dasar jagung melalui Peraturan Daerah (perda) yang dicanangkan oleh menteri pertanian. Adanya perda ini selain untuk menjamin pendapatan yang akan diperoleh petani jagung di Kota Makassar, juga akan menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong petani/pedagang dari kabupaten lain untuk menjual jagung ke Kota Makassar.

## 2. Menyediakan sarana teknologi pengolahan hasil

Selain keterbatasan petani dalam penguasaan teknologi budidaya dan pascapanen, keterbatasan petani dalam mengakses sarana pengolahan hasil juga sebagai penyebab rendahnya kualitas jagung hasil produksi usahatannya. Salah satu sarana yang diperlukan oleh petani adalah adanya mesin pengering (*dryer*) terutama saat panen yang bertepatan dengan musim hujan. Tindakan ini dapat dilakukan oleh Gempita Kota Makassar dengan memfasilitasi kelembagaan di tingkat petani (kelompoktani/gabungan kelompoktani) terutama di wilayah-wilayah sentra produksi potensial untuk memperoleh bantuan sarana teknologi pengolahan hasil tersebut.

Salah satu kendala yang dihadapi oleh petani jagung di Kota Makassar adalah waktu panen yang bertepatan dengan musim hujan. Dari berbagai jadwal panen pada lahan tegalan dan sawah di wilayah ini, jadwal panen Desember (untuk lahan tegalan dan sawah) dan Maret (khusus pada lahan tegalan) waktu panennya bertepatan dengan musim hujan. Kendala yang dihadapi dengan kondisi ini adalah pengeringan hasil produksi, karena umumnya petani mengandalkan sinar matahari dalam melakukan proses pengeringan jagung. Akibatnya kualitas jagung yang

dihasilkan oleh petani pada periode musim tanam ini mengalami penurunan karena tingginya kandungan kadar air.

### 3. Memfasilitasi petani agar mampu memperoleh sarana produksi

Agar petani dapat melaksanakan teknik budidaya yang dianjurkan untuk meningkatkan produksi dan produktivitas, maka diperlukan ketersediaan sarana produksi yang dibutuhkan seperti benih, pupuk, dan obat-obatan, terutama saat musim tanam jagung. Gempita Kota Makassar, Gempita perlu memfasilitasi ketersediaan sarana produksi usahatani jagung melalui kemitraan industri/distributor sarana produksi dengan mengoptimalkan kelembagaan di tingkat petani (kelompok tani/gabungan kelompok tani) agar dapat menjadi unit penyedia sarana produksi bagi petani anggotanya.

## **5.3 Margin Pemasaran**

Dalam proses pemasaran hasil produk petani jagung senantiasa diharapkan agar tingkat harga jagung tetap tinggi. Proses pemasaran jagung mencakup biaya sejumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan produksi jagung dari petani maupun pedagang. Biaya yang dikeluarkan untuk setiap lembaga pemasaran berbeda satu sama lain. Biaya yang dikeluarkan pedagang kecil antara lain : biaya penggilingan, biaya pengangkutan, dan biaya tenaga kerja .

Tabel 9. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran pola 1 di Kota Makassar

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Kg)
1.	Petani		
	Harga jual	2.750	
	Biaya Produksi	1.876.800	
2.	Pedagang Pengumpul		
	Tenaga Kerja	50	
	Transportasi	100	
	Pemipilan	100	
	Jasa pengumpul	50	
	Suplier	50	
	Total Biaya	350	
	Harga jual	3.750	
	Harga Beli	2.750	
	Margin		1.000
	Keuntungan	650	
3.	Pedagang Pengecer		
	Tenaga Kerja	-	
	Transportasi	-	
	Retribusi	50	
	Total Biaya :	50	
	Harga Beli	4.550	
	Harga Jual	5.700	
	Margin		1.150
	Keuntungan	1.100	
4	Industri		
	Harga Beli (Jagung Asalan)	3.750	
	Harga Beli ( Jagung Ready)	6.550	
	Harga Jual	13.000	
<b>TOTAL MARGIN</b>			<b>2.150</b>

Sumber: Data Primer Setelah diolah (2018)

Tabel 9 menunjukkan bahwa petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran, hal ini terjadi karena pedagang pengumpul yang menyewa pengurus jagung datang ke kebun petani untuk membeli jagung tersebut. Transaksi pembelian dilakukan dengan cara pedagang pengumpul membeli jagung dari petani dalam bentuk utuh namun yang telah dikeringkan dengan harga Rp.2.750/kg selanjutnya pedagang pengumpul mengolah menjadi jagung pipilan yang dijual ke pabrik atau industri pergudangan dengan harga Rp. 3.750/kg dengan biaya pengangkutan sebesar Rp. 100/kg dan biaya penggilingan sebesar Rp. 100/kg. Total margin pemasaran pada pola satu sebesar Rp. 2.150,/kg dari harga penjualan sebesar Rp. 2.750/kg. Pembelian yang dilakukan pedagang di pasar sebesar Rp. 4.550 dengan biaya yang dikeluarkan berupa biaya disritribusi pasar sebesar Rp. 50/kg sehingga total biaya sebesar Rp. 50/kg dengan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 1.100/kg dengan harga penjualan ke konsumen sebesar Rp. 5.700/kg.

Harga jagung tersebut yang oleh para pabrik lain dijadikan pertimbangan dalam menetapkan harga jagung yang akan mereka beli. Kondisi seperti ini menggambarkan bahwa petani dalam menetapkan harga jual dan memilih untuk menjual hasil usahatannya tidak berdasarkan perhitungan biaya yang mereka keluarkan tapi hanya mempertimbangkan saluran mana yang bisa memberikan keuntungan lebih baik.

Tabel 10. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran di Saluran 2 Kota Makassar

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Kg)
1.	Petani		
	Harga jual	2.750	
	Biaya Produksi	1.876.800	
2.	Pedagang Pengumpul		
	Tenaga Kerja	50	
	Transportasi	100	
	Pemipilan	100	
	Jasa pengumpul	50	
	Suplier	50	
	Total Biaya	350	
	Harga jual	3.750	
	Harga Beli	2.750	
	Margin		1.000
	Keuntungan	650	
3.	Pedagang Besar		
	Tenaga Kerja	100	
	Transportasi	100	
	Operasional	1.000	
	Total Biaya	1.200	
	Harga Beli	3.450	
	Harga jual	6.550	
	Margin		3.100
	Keuntungan	1.900	
4	Industri		
	Harga Beli (Jagung Asalan)	3.750	
	Harga Beli ( Jagung Ready)	6.550	
	Harga Jual	13.000	
5	Gempita		
	Tenaga Kerja	50	
	Transportasi	100	
	Penggilingan	-	
	Total Biaya	200	
	Harga beli	3.000	
	Harga jual	3.600	
	Margin		600
	Keuntungan	400	
6.	Pasar		
	Retribusi	50	
	Penggilingan	-	
	Total Biaya	50	
	Harga beli	4.500	
	Harga jual	5.500	
	Margin		1.000
	Keuntungan	950	
<b>Total Margin</b>			<b>5700</b>

Sumber: Data Primer Setelah diolah (2018)

Berdasarkan tabel 10 kita dapat melihat bahwa harga jagung di tingkat pedagang dan di tingkat produsen (petani) umumnya bersifat asimetris. Selisih harga jagung di tingkat konsumen dan ditingkat produsen berkisar Rp 500 – Rp 1.500. Sementara selisih harga jagung di tingkat pedagang pengumpul dan produsen Rp 500 – Rp 1000. Sedangkan untuk Lembaga Gempita dan produsen itu berkisar Rp 400 –Rp 600.

Dari gambaran tabel margin jagung di atas kita bisa simpulkan bahwa petani di Kota Makassar umumnya dalam menetapkan harga jual dan memilih untuk menjual hasil usahatannya tidak berdasarkan perhitungan biaya yang mereka keluarkan tapi hanya mempertimbangkan saluran mana yang bisa memberikan keuntungan lebih baik, biasanya petani menjemur jagung dalam keadaan tongkol atau jagung masih utuh agar para petani dapat merebut harga yang lebih baik ketimbang jagung yang di jual ke pedagang dalam keadaan basah, itu di karenakan para pedagang cenderung lebih suka membeli jagung yang kering ketimbang jagung yang basah di karenakan agar para pedagang pengecer atau pedagang kecil tidak repotkan lagi menjemur jagung tersebut, itu di karenakan beberapa hal yang pertama apabila pedagang membeli jagung dalam keadaan basah maka pedang akan mengeluarkan biaya tambahan untuk buruh jemur dan penyewaan tempat apabila tidak memiliki tempat penjemuran, yang ke dua jagung yang basah lebih mudah rusak atau lebih gampang berjamur itu di karenakan kadar air yang ada pada biji jagung, yang ketiga kebanyakan industri pergudangan lebih menyukai jagung yang kering itu di tandakan dengan adanya standar grade kadar yang di terapkan di pergudangan, biasanya pergudangan di Kota Makassar

memasang standar grade kadar air jagung yaitu mulai dari kadar 30 sampai kadar 20 itu untuk jagung asalan dan berbeda lagi untuk jagung ready yang memiliki standar grade kadar yaitu kadar 18 sampai 15, dan dengan tingkat potongan yang berbeda-beda di setiap golongan kadar dari jagung. Serta perbedaan potongan harga yang di terapkan di setiap pedagang besar dan industri pembelian jagung yang ada di Kota Makassar itu berbeda-beda tergantung kebijakan yang berlaku di industri tersebut.

Dilihat dari struktur pasar yang terbentuk dan siapa yang paling berperan dalam penetapan harga pemasaran jagung di Kota Makassar masih belum efisien karena pasar yang terbentuk bersifat monoton dimana industri pakan ternak besar yang berperan sebagai penentu harga.

#### **5.4 Efisiensi Pemasaran Jagung**

Tataniaga yang efisien seringkali menjadi kunci keberhasilan pengembangan komoditas pertanian dan menjadi syarat mutlak yang diperlukan dalam pembangunan pertanian .Tata niaga pertanian pula yang dapat menciptakan nilai tambah melalui perubahan guna tempat, guna bentuk dan guna waktu. Namun seringkali terjadi produk yang tinggi masih membawa kerugian yang tidak kecil bagi petani karena tidak terjualnya produk-produk pertanian. Walaupun terjual petani mendapatkan harga yang kurang layak.

Efisiensi pemasaran akan terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetisi pasar yang

sehat. dan dari pola pemasaran yang terjadi di dua saluran yang ada di Kota Makassar maka saluran yang paling efisien itu berada pada saluran Kedua itu di karenakan keuntungan dan rantai pemasaran semakin efisien dan menguntungkan petani jauh lebih baik ketimbang saluran pemasaran yang Pertama di karenakan rantai pemasaran yang begitu panjang dan margin di setiap tingkat pelaku pemasaran jagung sedikit.

Kendala yang dihadapi petani dalam pemasaran umumnya adalah harga dimana mereka merasa harga yang mereka peroleh masih tergolong rendah di bandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan untuk menghasilkan, terutama adalah biaya pupuk. Sementara dalam kebebasan dalam menjual dan mencari pembeli tidak dirasakan sulit karena banyaknya pilihan saluran pemasaran yang ada, sehingga masalah yang mereka rasakan hanya pada harga yang rendah.

Tabel 11. Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan Tiap Saluran Kota Makassar

No	Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp)	Total Nilai Produksi (Rp)	Efisiensi (%)
1	Petani – Pedagang kecil- Pedagang Pengecer-peternak Kecil	13.500.000	37.570.000	36
2	Petani- Pedagang Pengumpul – Industri-Peternak Besar	15.000.000	42.000.000	36
3	Petani - Pedagang Besar – Industri – Peternak Besar	20.876.000	48.750.000	42
4	Petani - Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Industri - Pasar – Konsumen	20.800.000	52.000.000	40
5	Petani - Gempita – Industri – Pasar – konsumen	24.260.000	75.932.000	32

Sumber: Data Primer Setelah diolah (2018)

Setelah mengetahui besaran margin pemasaran total pada pola Pemasaran 1 dan 2, maka dapat diketahui bahwa seluruh saluran pemasaran tersebut termasuk dalam taraf pemasaran yang efisien. Kedua pola pemasaran tersebut efisien berdasarkan masing-masing perolehan efisiensi yang berada dibawah 50 persen. Disamping itu, beberapa faktor turut mendasari ketiga saluran tersebut sehingga menjadi saluran pemasaran yang efisien. Faktor-faktor tersebut yaitu biaya, keuntungan, jarak, waktu tempuh, sarana dan prasarana pemasaran.

Biaya yang dikeluarkan pada masing-masing saluran pemasaran tidak terlalu mahal. Biaya yang dikeluarkan pada tiap saluran pemasaran terdiri dari biaya transportasi, upah tenaga kerja, dan biaya pemotongan. Semakin murah

biaya yang dikeluarkan maka saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan semakin efisien. Itu ditandai dengan tidak adanya aliran pemasaran jagung di bawah 50% . Di antara semua alur pemasaran, alur yang ke 5 yang paling efisien itu di tandai dengan jumlah total biaya rendah dan nilai produksi yang tinggi diantara semua saluran.

Berdasarkan Tabel 11 dapat disimpulkan bahwa saluran yang paling efisien adalah saluran lima karena mempunyai nilai produksi yang tinggi sehingga tingkat efisiensi lebih rendah. Pabrik pakan ternak besar menentukan harga dan memasangnya di gudang sehingga siapapun bisa melihat harga jagung yang ada tanpa adanya kegiatan tawar menawar, dan jika dengan harga tersebut mereka masih kekurangan stok mereka akan melakukan import jagung untuk memenuhi kebutuhan jagung mereka. Harga jagung tersebut yang oleh para pabrik lain dijadikan pertimbangan dalam menetapkan harga jagung yang akan mereka beli. Kondisi seperti itu menggambarkan bahwa petani dalam menetapkan harga jual dan memilih untuk menjual hasil usahataniya tidak berdasarkan perhitungan biaya yang mereka keluarkan tapi hanya mempertimbangkan saluran mana yang bisa memberikan keuntungan lebih baik, meskipun masih ada yang sifatnya seperti tengkulak dimana pinjam disitu jual dengan harga dtentukan tengkulak.

Peningkatan harga jagung di tingkat konsumen atau pedagang pengumpul tidak di transmisikan dengan baik secara sempurna ke harga jagung di tingkat petani. Sementara penurunan harga jagung di tingkat konsumen di transmisikan dengan sempurna ke harga jagung di tingkat petani. Dengan demikian harga

jagung hanya menguntungkan pedagang dan pelaku pemasaran jagung serta merugikan petani jagung di Kota Makassar.

Dengan demikian, dibanding dengan petani di Kota Makassar, maka sistem tataniaga jagung di Kota Makassar masih belum memberi keadilan kepada petani, karena lebih menguntungkan para pedagangnya itu tergambar jelas pada tabel 9 dan 10 keuntungan yang didapat dari petani hanya sedikit.

Rendahnya tingkat harga jagung yang diterima oleh petani disebabkan oleh masalah kualitas jagung hasil produksi petani rendah dan pada sisi lain pedagang/industri menetapkan standar kualitas yang sangat ketat. Disamping itu, tingginya biaya pengangkutan sebagai akibat tingginya pungutan dalam pengangkutan serta prasarana jalan desa yang kurang memadai turut pula menjadi penyebab rendahnya tingkat harga jagung yang diterima oleh petani karena pedagang pengumpul kabupaten memperhitungkan biaya-biaya tersebut untuk menetapkan harga pembelian jagung di tingkat petani.

## **VI. KESIMPULAN & SARAN**

### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan serta memperhatikan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan data di lapangan ditemukan 2 pola pemasaran jagung pakan di Kota Makassar dan mempunyai 5 saluran pemasaran. Petani bisa menjual kepada pedagang besar, pedagang pengumpul, industri, ataupun pedagang pengecer di pasar. Pedagang pengumpul biasanya memiliki kebebasan untuk menjual jagungnya kepada pedagang besar, Gempita dan industri.
- 2) Dilihat dari pola dan marginnya, saluran yang paling efisien adalah saluran kelima karena memiliki nilai produksi yang tinggi sehingga tingkat efisiensi lebih rendah yaitu 32% dimana petani menjual produksi jagung pakan ke Gempita lalu ke Industri dan dijual ke pasar untuk konsumen akhir.

### **6.2. Saran**

1. Sebaiknya harga jual jagung di tingkat petani bisa semakin membaik agar tingkat kesejahteraan petani kita yang berada di Kota Makassar semakin meningkat maka dari itu Untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi seharusnya petani lebih aktif dalam mencari informasi harga di pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi, 2016. Pola Distribusi dan Fluktuasi Harga Jagung di Kota Makassar. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Islam, Makassar.
- Anwar, 1995. *Dasar-dasar Marketing*. Penerbit Alumni, Jakarta.
- Aceplutvi, 2016. *Teknik Pengumpulan Data* <https://www.lyceum.id/teknik-pengumpulan-data-dalam-penelitian-kualitatif/>. Diakses 15 Maret 2018
- Badan Pusat Statistik, 2017. *Kota Makassar Dalam Angka (Makassar in Figures) 2017*. Badan Pusat Statistik Kota Makassar.
- Bahtiar, Arif, dan Muhlis, I., 2002. *Akuntansi Pemerintahan*. Salemba Empat, Kalimantan Timur
- Cravens, D., 1999. *Pemasaran Strategis* (Edisi ke-4, Jilid I). Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Danang, S. 2013. *Ekonomi Manajerial*. Center For Academic Publishing Service, Yogyakarta
- Darman. 2015, *Jenis dan Sumber Data*. [http:// theory method.blogspot.co.id/2015/12/jenis-dan-sumber-data.html](http://theory.method.blogspot.co.id/2015/12/jenis-dan-sumber-data.html). Diakses 15 Maret 2018
- Djamaluddin Sahari, Sunanto, Nasruddin Razak, Muslimin, dan Ali Musa Pasaribu. 2005. *Kajian Kinerja Kelembagaan Sarana Produksi dan Pemasaran Komoditas Jagung dalam Mendukung Agribisnis Tanaman Pangan di Sulawesi Selatan*. Laporan Penelitian BPTP Sulsel.
- Fitriani, 2017. *Sulawesi Selatan Catat Sejarah Produksi Jagung Tertinggi*. Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura, Sulawesi Selatan.
- Gempita, 2017. *Gerakan Pemuda Tani Indonesia*. [gempita.pertanian.go.id](http://gempita.pertanian.go.id). Diakses 20 Agustus 2018.
- Irianto, H dan Mardikanto, T., 2011. *Metoda Penelitian dan Evaluasi Agribisnis*. Jurusan/Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian. Universitas Negeri, Semarang.
- Jumiati, 2012. Analisis Pemasaran dan Tingkat Pendapatan Nelayan. *Jurnal Octopus Vol.1 No.1 Thn 2012..* Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah, Makassar. <http://www.researchgate.net/publication/32143444>. Diakses 15 Maret 2018

- Kasryno, F. 2006. Suatu Penilaian Mengenai Prospek Masa Depan Jagung di Indonesia. Makalah disampaikan Pada Seminar dan Lokakarya Nasional Jagung, 29-30 September 2005. Balai Penelitian Tanaman Serelia, Maros.
- Karmeli Elly, Aditya Saputra, 2016. Analisis Pola Distribusi Petani Jagung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.14.No.2 Thn 2017*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Samawa, Sumbawa.
- Killcik, T, 1983. Policy Economics. *A text book of applied economics on developing countries*. The English language book.
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (Edisi Bahasa Indonesia-Jilid 1). PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kohl's R. L. and Uhl, J. N, 1985. *Marketing of Agricultural Product*. Fifth ed.
- LPM - Unhas, 2006. *Pengembangan Model Kemitraan Agroindustri Jagung di Kabupaten Wajo, Provinsi Sulawesi Selatan*. Kerjasama Lembaga Pengabdian pada Masyarakat Universitas Hasanuddin dengan Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil, Pertanian, Departemen Pertanian RI, Makassar.
- Maamun, M. Y., SL. Margaretha, IGP. Sarasutha, MN. Noor, A. Najamuddin, Bahtiar, BL. Subaedah, AD. Hadijah, Syuryawati, T. Muchdiana., RY. Arvan, dan A. Muis. 2000. *Identifikasi faktor pendukung dan penghambat pengembangan jagung*. Balai Penelitian Tanaman Jagung dan Serealia Lain. Maros. 21 p.
- Margaretha, SL, Suryawati, dan Sarasutha. 2006. *Tata Niaga Jagung*. Balai Penelitian Tanaman Serelia, Maros.
- Mursid. M. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Najiyati, Sri. 1992. *Palawija Budidaya dan Analisis Usaha Tani*. PT. Penebar Swadaya: Jakarta.
- Pride dan Farrel, 1995. *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-hari* (Jilid 1). Binarupa Aksara, Jakarta.
- Restiana. 2010. Pola Distribusi dan Pemasaran Jagung di Kabupaten Lampung Selatan. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Bandar Lampung.

- Saenong, S., SL. Margaretha, Syafruddin, R. Arif, Y. Sinuseng, J. Tandiabang, Rahmawati, Nani Riany, Fausiah Koes, dan Suwardi. 2003. *Sistem perbenihan untuk mendukung penyebarluasan varietas jagung unggul nasional*. Balai Penelitian Tanaman Serealia. Maros. 101 p.
- Soekartawi, 1990. *Agribisnis; Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press, Malang.
- Sugit. 2012, *Populasi dan Sampel*. [https:// sugithewae. wordpress. Com/2012 /11/13/ pengertian-populasi-dan-sampel-dalam-penelitian](https://sugithewae.wordpress.com/2012/11/13/pengertian-populasi-dan-sampel-dalam-penelitian). Diakses 15 Maret 2018
- Yonekura, H, 1995. *Development of the agribusiness and changing maize market: A case study in East Java*. IDE, Joint Research Program Series No. 113. Tokyo.

# **L A M P I R A N**

## Lampiran 1. Daftar Pertanyaan

### Kuesioner (Terkait Petani) Pengembangan Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan di Kota Makassar

- Kecamatan : .....
- Kelurahan : .....
- RW : .....
- RT : .....
- Nama : .....
- Jenis Kelamin : .....
- Umur : .....
- Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  SMA  SARJANA  TIDAK ADA
- Status dalam Keluarga :  Menikah  Bujang  Duda  Janda
- Jumlah Anak : .....
- Lahan :  Milik Sendiri  Sewa
- Luas Lahan : .....
- Benih :  Beli  Bantuan
- Harga Apabila Beli\* : .....
- Jenis Benih : .....
- Pupuk :  Beli  Bantuan
- Harga Apabila Beli\* : .....
- .....
- Pupuk dan obat-obatan: .....
- .....
- Harga Jual Jagung : .....
- Apakah menguntungkan apabila anda menanam Jagung ?

**Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Lanjutan**

**Kuesioner (Terkait Pedagang)**

**Pengembangan Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung Pakan di Kota Makassar**

Nama : .....

Jenis Kelamin : .....

Umur : .....

Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  SMA  SARJANA  TIDAK ADA

Jabatan : .....

Penentuan Harga Beli : .....

.....

.....

Kapasitas Pembelian : .....

Produksi/Hari : .....

Produksi/Bulan : .....

Produksi/Tahun : .....

Pemasaran Jagung :  Jagung Pipilan  Jagung Ready  Pakan

Harga Jual : .....

.....

.....

.....





### Lampiran 3. Identitas Responden

#### 1. Petani

No	Nama	Umur	Pendidikan	Luas Lahan
1	Latang	62	SD	0,4
2	Baharuddin	41	SMP	0,5
3	H. Samsuddin	35	SMA	1
4	Rame	47	SMA	0,75
5	Mamming	49	SMP	0,5
6	Darman	29	SMA	0,3

#### 2. Pedagang Pengumpul

No	Nama	Umur	Pendidikan
1	Anca	42	SMA
2	H.bora	36	SMP
3	H.mimin	40	SMP
4	Irwan	50	SMA

#### 3. Pedagang Besar

No	Nama	Umur	Pendidikan
1	Hj.Herlina	46	Sarjana
2	Mayang	34	Sarjana
3	Ramli	41	SMP

#### 4. Pedagang Pengecer

No	Nama	Umur	Pendidikan
1	Yakobus	30	SMA
2	Risti	25	Sarjana
3	Abd Rajab	41	SMP

#### 5. Informan

No	Nama	Umur	Pendidikan	
1	Ulil Amri	27	S1	Gempita Makassar
2	Ardi	32	S2	PT.Celebes Utama
3	Daniel	36	S2	PT.PAS

4	Jamil	48	S1	PT Japfa Makassar
---	-------	----	----	----------------------

### Lampiran 3 Daftar Biaya Responden

#### 1. Petani

NO	Nama	Luas Lahan (M)	Jumlah Produksi (Kg)	Uraian	Jumlah	Biaya (Rp)
1.	Latang	400	1.500	Peralatan :		
				Linggis	3	105.000
				Sprayer	2	400.000
				Cangkul	4	100.00
				Biaya Variabel:		
				Bibit	10 kg	650.000
				Pupuk Kandang	40 kg	20.000
				Urea	40 kg	72.000
				SP 36	25 kg	50.000
				KCL	20 kg	78.000
				Obat-obatan:		
				Pestisida	2 L	100.000
				Biaya Tetap:		
				Tenaga Kerja	-	-
				Pajak Tanah		30.000
				Penerimaan :		
				Nilai Produksi		4.125.000
				Total Biaya		1.605.000
				Pendapatan		2.520.000
2.	Baharuddin	500	2.000	Peralatan :		
				Linggis	3	105.000
				Sprayer	3	400.000
				Cangkul	3	100.000
				Biaya Variabel:		
				Bibit	10 Kg	650.000
				Pupuk Kandang	40 Kg	20.000
				Urea	40 Kg	72.000
				SP 36	26 Kg	52.000
				KCL	22 Kg	85.800
				Obat-obatan:		

				Pestisida	2,5 L	125.000
				Biaya Tetap:		
				Tenaga Kerja	1 Orang	240.000
				Pajak Tanah		
				Penerimaan :		
				Nilai Produksi		5.500.000
				Total Biaya		1.879.000
				Pendapatan		3.621.000
3.	H.Samsuddin	1.000	15.000	Peralatan :		
				Linggis	3	105.000
				Sprayer	2	400.00
				Cangkul	4	100.000
				Biaya Variabel:		
				Bibit	14 Kg	910.000
				Pupuk Kandang	47 Kg	23.000
				Urea	45 Kg	81.000
				SP 36	27 Kg	54.000
				KCL	27 Kg	105.300
				Obat-obatan:		
				Pestisida	5 L	250.000
				Biaya Tetap:		
				Tenaga Kerja	5 Orang	1.200.000
				Pajak Tanah		50.000
				Penerimaan :		
				Nilai Produksi		41.250.000
				Total Biaya		2.198.800
				Pendapatan		39.051.200
4.	Mamming	0,5	2.000	Peralatan :		
				Linggis	3	105.000
				Sprayer	3	400.000
				Cangkul	3	100.000
				Biaya Variabel:		
				Bibit	10 Kg	650.000
				Pupuk Kandang	40 Kg	20.000
				Urea	40 Kg	72.000
				SP 36	26 Kg	52.000
				KCL	22 Kg	85.800
				Obat-obatan:		
				Pestisida	2,5 L	125.000
				Biaya Tetap:		
				Tenaga Kerja	1 orang	240.000

				Pajak Tanah		
				Penerimaan :		
				Nilai Produksi		5.500.000
				Total Biaya		1.879.000
				Pendapatan		3.621.000
5.	Darmawan	300	1.000	Peralatan :		
				Linggis	3	105.000
				Sprayer	3	400.000
				Cangkul	3	100.000
				Biaya Variabel:		
				Bibit	6 Kg	390.000
				Pupuk Kandang	35 Kg	17.500
				Urea	35 Kg	63.000
				SP 36	20 Kg	40.000
				KCL	15 Kg	58.500
				Obat-obatan:		
				Pestisida	1,5 L	75.000
				Biaya Tetap:		
				Tenaga Kerja	-	-
				Pajak Tanah		20.000
				Penerimaan :		
				Nilai Produksi		2.750.000
				Total Biaya		1.269.000
				Pendapatan		1.481.000
6.	Rame	750	6.000	Peralatan :		
				Linggis	3	105.000
				Sprayer	3	400.000
				Cangkul	3	100.000
				Biaya Variabel:		
				Bibit	17 Kg	715.000
				Pupuk Kandang	42 Kg	21.000
				Urea	40 Kg	72.000
				SP 36	27 Kg	54.000
				KCL	20 Kg	78.000
				Obat-obatan:		
				Pestisida	2,5 L	125.000
				Biaya Tetap:		
				Tenaga Kerja	3 Orang	720.000
				Pajak Tanah		
				Penerimaan :		
				Nilai Produksi		16.500.000

				Total Biaya		2.430.000
				Pendapatan		14.070.000

## 2. Pedagang Pengumpul

No	Nama	Uraian	Biaya (Rp)	Margin
1.	Anca	Biaya :		
		Tenaga Kerja	50	
		Transportasi	100	
		Pemipilan	100	
		Jasa Pengumpul (Makelar)	50	
		Suplier	50	
		Total Biaya:		1.000
		Harga Jual	3.750	
		Harga Beli	2.750	
		Keuntungan	650	
2.	H,Bora	Biaya :	50	
		Tenaga Kerja	100	
		Transportasi	100	
		Pemipilan	50	
		Jasa Pengumpul (Makelar)	50	
		Suplier	50	
		Total Biaya:		1.000
		Harga Jual	3.750	
		Harga Beli	2.750	
		Keuntungan	650	
3.	H.Mimin	Biaya :		
		Tenaga Kerja	50	
		Transportasi	100	
		Pemipilan	100	
		Jasa Pengumpul (Makelar)	50	
		Suplier	50	
		Total Biaya:		1.150
		Harga Jual	3.750	
		Harga Beli	2.600	
		Keuntungan	800	
4.	Irwan	Biaya :		
		Tenaga Kerja	50	
		Transportasi	100	
		Pemipilan	100	
		Jasa Pengumpul	50	

		(Makelar)		
		Suplier	50	
		Total Biaya:		1.000
		Harga Jual	3.750	
		Harga Beli	2.650	
		Keuntungan	750	

### 3. Pedagang Besar

No	Nama	Uraian	Biaya (Rp)	Margin
1	Hj.Herlina	Biaya Pemasaran :		
		Tenaga Kerja	100	
		Transportasi	100	
		Operasional	1.000	
		Total Biaya :	1.200	3.100
		Harga Beli	3.450	
		Harga Jual	6.550	
2.	Mayang	Biaya Pemasaran :		
		Tenaga Kerja	100	
		Transportasi	100	
		Operasional	1.000	
		Total Biaya :	1.200	3.200
		Harga Beli	3.350	
		Harga Jual	6.550	
3.	Ramli	Biaya Pemasaran :		
		Tenaga Kerja	100	hm
		Transportasi	100	
		Operasional	1.000	
		Total Biaya :	1.200	3.350
		Harga Beli	3.200	
		Harga Jual	6.550	

### 4. Pedagang Pengecer

No	Nama	Uraian	Biaya (Rp)	Margin
1	Ramli	Biaya Pemasaran :		
		Tenaga Kerja	-	
		Transportasi	-	
		Retribusi	50	
		Total Biaya :	50	1.150
		Harga Beli	4.550	
		Harga Jual	5.700	
2	Risti	Biaya Pemasaran :		

		Tenaga Kerja	-	
		Transportasi	-	
		Retribusi	50	
		Total Biaya :	50	1.150
		Harga Beli	4.550	
		Harga Jual	5.700	
3	Abd Rajab	Biaya Pemasaran :		
		Tenaga Kerja	-	
		Transportasi	-	
		Retribusi	50	
		Total Biaya :	50	1.150
		Harga Beli	4.550	
		Harga Jual	5.700	

### 5. Gempita

No	Nama	Uraian	Biaya (Rp)	Margin
1.	Ulil Amri	Biaya :		
		Tenaga Kerja	50	
		Transportasi	100	
		Pemipilan	-	
		Jasa Pengumpul (Makelar)	-	
		Suplier	-	
		Total Biaya:		1.000
		Harga Jual	3.800	
		Harga Beli	2.800	
		Keuntungan	850	

### 6. Industri

No.	Industri	Harga (Rp)
1	Harga Beli (Jagung Asalan)	3.750
	Harga Beli ( Jagung Ready)	6.550
	Harga Jual	13.000

#### Lampiran 4. Biaya Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran 1 pada Pola Distribusi Jagung di Kota Makassar (Pola 1)

Petani – Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer –Peternak Kecil

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Kg)
1.	Petani		
	Harga jual	2.750	
	Biaya Produksi	1.876.800	
2.	Pedagang Pengumpul		
	Tenaga Kerja	50	
	Transportasi	100	
	Pemipilan	100	
	Jasa pengumpul	50	
	Suplier	50	
	Total Biaya	. 350	
	Harga jual	3.750	
	Harga Beli	2.750	
	Keuntungan	650	1.000
3.	Pedagang Pengecer		
	Biaya Pemasaran :		
	Tenaga Kerja	-	
	Transportasi	-	
	Retribusi	50	
	Total Biaya :	50	1.150
	Harga Beli	4.550	
	Harga Jual	5.700	
	<b>Total Margin</b>		<b>2.150</b>

Saluran Pemasaran 1 pada Pola Distribusi Jagung di Kota Makassar (Pola 1)

Petani – Pedagang Pengumpul - Industri -PeternakBesar

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Kg)
2.	Petani		
	Harga jual	2.750	
	Biaya Produksi	1.876.800	
2.	Pedagang Pengumpul		
	Tenaga Kerja	50	
	Transportasi	100	
	Pemipilan	100	
	Jasa pengumpul	50	
	Suplier	50	
	Total Biaya	. 350	
	Harga jual	3.750	
	Harga Beli	2.750	
	Keuntungan	650	1.000
3	Industri		
	Harga Beli (Jagung Asalan)	3.750	
	Harga Beli ( Jagung Ready)	6.550	
	Harga Jual	13.000	
	<b>Total Margin</b>		<b>1.000</b>

Saluran Pemasaran 2 pada Pola Distribusi Jagung di Kota Makassar (Pola 1)

Petani - Pedagang Besar – Industri-Peternak Besar

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Kg)
1.	Petani		
	Harga jual	2.750	
	Biaya Produksi	1.876.800	
2.	Pedagang Besar		
	Tenaga Kerja	100	
	Transportasi	100	
	Operasional	1.000	
	Total Biaya	1.200	
	Harga Beli	3.450	
	Harga jual	6.550	3.100
	Keuntungan	1.900	
3	Industri		
	Harga Beli (Jagung Asalan)	3.750	
	Harga Beli ( Jagung Ready)	6.550	
	Harga Jual	13.000	
	<b>Total Margin</b>		3100

Saluran Pemasaran 3 pada Pola Distribusi Jagung di Kota Makassar (Pola 1)

Petani - Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar - Industri

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Kg)
1.	Petani		
	Harga jual	2.750	
	Biaya Produksi	1.876.800	
2.	Pedagang Pengumpul		
	Tenaga Kerja	50	
	Transportasi	100	
	Pemipilan	100	
	Jasa pengumpul	50	
	Suplier	50	
	Total Biaya	. 350	
	Harga jual	3.750	
	Harga Beli	2.750	
	Keuntungan	650	1.000
3.	Pedagang Besar		
	Tenaga Kerja	100	
	Transportasi	100	
	Operasional	1.000	
	Total Biaya	1.200	
	Harga Beli	3.450	
	Harga jual	6.550	3.100
	Keuntungan	1.900	
4.	Industri		
	Harga Beli (Jagung Asalan)	3.750	

	Harga Beli ( Jagung Ready)	6.550	
	Harga Jual	13.000	
	<b>Total Margin</b>		4.100

Saluran Pemasaran 1 pada Pola Distribusi Jagung di Kota Makassar (Pola 2)

Petani - Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar – Industri – Pasar - Konsumen

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Kg)
1.	Petani		
	Harga jual	2.750	
	Biaya Produksi	1.876.800	
2.	Pedagang Pengumpul		
	Tenaga Kerja	50	
	Transportasi	100	
	Pemipilan	100	
	Jasa pengumpul	50	
	Suplier	50	
	Total Biaya	. 350	
	Harga jual	3.750	
	Harga Beli	2.750	
	Keuntungan	650	1.000
3.	Pedagang Besar		
	Tenaga Kerja	100	
	Transportasi	100	
	Operasional	1.000	
	Total Biaya	1.200	
	Harga Beli	3.450	

	Harga jual	6.550	3.100
	Keuntungan	1.900	
4.	Industri		
	Harga Beli (Jagung Asalan)	3.750	
	Harga Beli ( Jagung Ready)	6.550	
	Harga Jual	13.000	
5.	Pasar		
	Retribusi	50	
	Penggilingan	-	
	Total Biaya	50	
	Harga beli	4.500	
	Harga jual	5.500	
	Keuntungan	950	1.000
6	Konsumen		
	<b>Total Margin</b>		<b>5.100</b>

Saluran Pemasaran 2 pada Pola Distribusi Jagung di Kota Makassar (Pola 2)

Petani – Gempita - Industri – Pasar - Konsumen

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Kg)
1.	Petani		
	Harga jual	2.750	
	Biaya Produksi	1.876.800	
2.	Gempita		
	Buruh	100	
	Transportasi	100	
	Penggilingan	-	
	Total Biaya	200	

	Harga beli	3.000	
	Harga jual	3.600	600
	Keuntungan	400	
4.	Industri		
	Harga Beli (Jagung Asalan)	3.750	
	Harga Beli ( Jagung Ready)	6.550	
	Harga Jual	13.000	
5.	Pasar		
	Retribusi	50	
	Penggilingan	-	
	Total Biaya	50	
	Harga beli	4.500	
	Harga jual	5.500	
	Keuntungan	950	1.000
6	Konsumen		
	<b>Total Margin</b>		<b>1.550</b>

## Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian



Gambar 6: Wawancara Bersama Petani



Gambar 7: Wawancara bersama petani



Gambar 8: Wawancara Bersama Pedagang Pengumpul



Gambar 9: Wawancara Bersama Supir Antar Daerah



Gambar 10: Proses Pengeringan Jagung



Gambar 11: Proses Bongkar Muat Jagung Pakan



Gambar 12 : PT. Japfa Makassar



Gambar 13 : Bersama Suplier



Gambar 14: Pedagang Pengecer



Gambar 15: Pedagang Pengecer







Nomor : 815/Izn-5/C.4-VIII/V/37/2018  
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

25 Sya'ban 1439 H  
11 May 2018 M

Kepada Yth,  
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
Cq. Kepala UPT P2T BKPMD Prov. Sul-Sel  
di -  
Makassar



Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 803/FP/C.2-II/V/39/2018 tanggal 11 Mei 2018, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **ERNAWATI**  
No. Stambuk : **10596 0168214**  
Fakultas : **Fakultas Pertanian**  
Jurusan : **Agribisnis**  
Pekerjaan : **Mahasiswa**

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

**"Pengembangan Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung di Kota Makassar"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 12 Mei 2018 s/d 12 Juli 2018..

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 katziraa.



Ketua LP3M,  
  
**Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.**  
NBM 101 7716



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 8221/S.01/PTSP/2018  
Lampiran :  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Walikota Makassar

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 815/Izn-5/C.4-VIII/V/37/2018 tanggal 11 Mei 2018 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : ERNAWATI  
Nomor Pokok : 10596 0168214  
Program Studi : Agribisnis  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
Alamat : Jl. Sit Alauddin No. 259 Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**"PENGEMBANGAN POLA DISTRIBUSI DAN EFISIENSI PEMASARAN JAGUNG PAKAN DI KOTA MAKASSAR"**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **25 Juni s/d 25 Agustus 2018**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 22 Juni 2018

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Sebagai Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



**A. M. YAMIN, SE., MS.**  
Pangkat : Pembina Utama Madya  
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;  
2. *Pertinggal.*

SIMAP PTSP 22-06-2018



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://p2tbkcmd.sulselprov.go.id> Email : [p2t\\_prov.sulsel@yahoo.com](mailto:p2t_prov.sulsel@yahoo.com)  
Makassar 90222





**PEMERINTAH KOTA MAKASSAR**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 60111  
Telp +62411 – 3615867 Fax +62411 – 3615867  
Email : [Kesbang@makassar.go.id](mailto:Kesbang@makassar.go.id) Home page : <http://www.makassar.go.id>



Makassar, 26 Juni 2018

**K e p a d a**

Nomor : 070 /1776-11/BKBP/VI/2018  
Sifat :  
Perihal : Izin Penelitian

Yth. 1. CAMAT BIRINGKANAYA  
KOTA MAKASSAR  
2. CAMAT TAMALANREA  
KOTA MAKASSAR

**D i -**

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat dari Kepala Dinas Koordinasi Penanaman Modal Daerah Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 8221/S.01/PTSP/2018 Tanggal 22 Juni 2018, Perihal tersebut di atas, maka bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa:

NAMA : ERNAWATI  
NIM/ Jurusan : 10596 0168214 / Agribisnis  
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / UNISMUH  
Alamat : Jl. Sit. Alauddin No 259, Makassar  
Judul : "PENGEMBANGAN POLA DISTRIBUSI DAN EFISIENSI PEMASARAN JAGUNG PAKAN DI KOTA MAKASSAR "

Bermaksud mengadakan *Penelitian* pada Instansi / Wilayah Bapak, dalam rangka *Penyusunan Skripsi* sesuai dengan judul di atas, yang akan dilaksanakan mulai tanggal 25 Juni s/d 25 Agustus 2018

Sehubungan dengan hal tersebut, pada prinsipnya kami dapat **menyetujui dengan memberikan surat rekomendasi izin penelitian ini** dan harap diberikan bantuan dan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan kepada Bapak untuk dimaklumi dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota Makassar Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.

a.n. WALIKOTA MAKASSAR  
KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK  
KABID HUBUNGAN ANTAR LEMBAGA



**Drs. IRIANSJAH R. PAWELLERI, M.AP**  
Pangkat Pembina  
NIP . 19621110 198603 1 042

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Prop. Sul – Sel. di Makassar;
2. Kepala Unit Pelaksana Teknis P2T Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Prop. Sul Sel di Makassar;
3. Ketua LP3M UNISMUH Makassar Makassar;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Ujung Pandang 25 Januari 1996 dari ayah Thamrin dan ibu Fatimah. Penulis merupakan anak ke empat dari empat bersaudara. Pendidikan formal yang dilalui penulis adalah masuk ke SDN. Bulurokeng 1 Makassar pada tahun 2002, SMPN. 9 Makassar pada tahun 2008, SMAN. 6 Makassar pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014 serta melanjutkan studi di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar. Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah mengikuti study tour Jawa Bali dan melaksanakan Kuliah Kerja Profesi di Kabupaten Barru.