

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian adalah salah satu sektor sandaran hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia, sehingga sektor pertanian diharapkan menjadi basis pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang. Hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan potensi sumberdaya manusia yang dimiliki oleh Indonesia. (Cristoporus & Sulaeman, 2009). Agribisnis adalah usaha dalam bidang pertanian, mulai dari produksi, pengolahan, pemasaran dan kegiatan lainnya yang terkait. Salah satu komoditi pertanian yang membutuhkan perhatian untuk dikembangkan adalah komoditi jagung (Roadiah *et al.*, 2019). Jagung merupakan komoditas utama palawija ditinjau dari aspek pengusahaan dan penggunaan hasilnya, yaitu sebagai bahan baku pangan dan pakan ternak (Sujarwo *et al.*, 2011). Hal ini cukup beresalan karena jagung adalah komoditi yang dapat terbilang serbaguna dan bermanfaat sebagai pangan nasional karena merupakan makanan pokok setelah beras, selain itu jagung juga merupakan komoditi penting bagi industri pakan ternak dan benih. Terpenuhinya pangan secara kuantitas dan kualitas adalah hal yang sangat penting sebagai landasan bagi pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dalam jangka Panjang (Cannas *et al.*, 2020; Halldórsson and Wehner, 2020).

Jagung (*Zea Mays*) merupakan komoditi yang bernilai ekonomis serta mempunyai peluang besar untuk dikembangkan karena komposisinya sebagai sumber utama karbohidrat dan protein setelah beras, Hampir seluruh bagian dari tanaman jagung dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam keperluan, mulai dari buah, batang, hingga daun (Adhikari and Putnam, 2020; Chang *et al.*, 2018; Thaore *et al.*, 2020). Jagung (*Zea Mays*) adalah tanaman semusim yang mempunyai batang berbentuk bulat, beruas-ruas dan tingginya antara 60-300 cm. Tanaman ini dapat tumbuh di dataran rendah sampai dataran tinggi (Ketinggian 0-

1.300m dpl). Curah hujan yang optimal antara 85-100 mm/bulan dan turun merata sepanjang tahun (Danandeh Mehr *et al.*, 2019; Souza *et al.*, 2020).

Sumatera Selatan merupakan salah satu daerah potensial untuk menghasilkan jagung. Sentra produksi jagung di provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2019 yaitu Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, Kabupaten Ogan Komering Ulu, dan Kabupaten Ogan Komering Ulu. Pada tahun 2019, produksi jagung di Kabupaten Ogan Komering Ulu mencapai 73.983 ton (BPS provinsi Sumatera Selatan, 2021).

Tabel berikut menunjukkan luas panen dan produksi jagung menurut Kabupaten di provinsi Sumatera Selatan tahun 2021.

Tabel 1.1. Produksi Jagung dan Kedelai Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Selatan, 2021

No	Kabupaten/Kota	Produksi Jagung (Ton)	Produksi Kedelai (Ton)
	Regency/municipality	Maize Production (Ton)	Soybeans Production (Ton)
1	Ogan Komering Ulu	73.983	2560,34
2	Ogan Komering Ilir	9.656	18,51
3	Muara Enim	5.939	80,42
4	Lahat	5.607	1019,46
5	Musi Rawas	32.030	7391,74
6	Musi Banyuasin	52.528	2,76
7	Banyuasin	65.299	0
8	OKU Selatan	395.686	1381,92
9	OKU Timur	193.387	618,69
10	Ogan Ilir	2.584	0
11	Empat Lawang	12.772	0
12	Penukai Abab Lematang Ilir	3.395	680,64
13	Musi Rawas Kota	3.576	346,16
14	Pealembang	86	0
15	Prabumulih	218	144,67
16	Pagar Alam	796	0
17	Lubuk Linggau	2.392	712,38
Total Sumatera Selatan		859.933	14.958

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi SUMSEL, 2021

Kecamatan Lengkiti adalah Kecamatan yang menjadi sentra produksi jagung di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Oleh karena itu Kecamatan Lengkiti mempunyai peran yang cukup besar dalam perekonomian Kabupaten Ogan

Komerling Ulu. Luas Panen jagung di Kecamatan Lengkiti pada tahun 2019 sebesar 7398 hektar, pada tahun 2020 sebesar 6685 hektar, dan pada tahun 2021 sebesar 6005 hektar. Tabel berikut menunjukkan luas panen jagung menurut Kecamatan di Kabupaten Kabupaten OKU tahun 2019-2021.

Tabel 1.2. Luas Panen Jagung Menurut Kecamatan di Kabupaten Kabupaten OKU tahun 2019-2021

Kecamatan	Luas Panen Jagung (Hektar)		
	2019	2020	2021
Lengkiti	7398	6685	6005
Sosoh Buay Rayap	1535	1533	1964
Pengandonan	65	5	-
Semidang Aji	96	30	2
Ulu Ogan	0	-	-
Muara Jaya	26	2	-
Peninjauan	9	4	14
Lubuk Batang	506	151	399
Sinar Peninjauan	135	-	-
Kedaton Peninjauan Raya	160	11	16
Baturaja Timur	1636	1000	1450
Lubuk Raja	266	197	125
Baturaja Barat	488	395	332
Ogan Komerling Ulu	12321	9995	10307

Sumber: BPS Kabupaten OKU 2021

Tabel 1.2. menunjukkan Luas panaan jagung di Kecamatan Lengkiti dari tahun 2019 sampai 2021, dimana diantara tiga belas Kecamatan yang ada di Kabupaten OKU, Kecamatan Lengkiti merupakan sentra produksi jagung, Kecamatan Lengkiti merupakan kecamatan terluas yang menanam jagung. Luas lahan tanaman jagung di Kecamatan Lengkiti pada tahun 2021 sebesar 6005 ha dimana desa yang menjadi sentra usahatani jagung di Kecamatan Lengkiti

Faktor yang penting dalam memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen adalah pemilihan yang tepat dari saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang tidak efisien akan terjadi apabila biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan semakin kecil. Dengan demikian perlu diadakan pengendalian efisien terhadap biaya-biaya penyaluran biaya distribusi fisik, biaya-

biaya yang ditimbulkan karena kerusakan dalam distribusi atau penyaluran dan keterlambatan penyerahan barang pada langganan (Kotler dan Armstrong, 2012).

Perekonomian yang baik dapat dicapai dengan memperhatikan distribusi pemasaran. Saluran pemasaran yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan masyarakat. Tanpa adanya distribusi, produsen akan mengalami kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen harus berusaha keras mendapatkan produsen untuk menikmati produknya. Produksi jagung terbesar yang dihasilkan di Kecamatan Lengkiti belum diikuti dengan pengelolaan distribusi pemasaran yang baik sehingga penyampaian produk dari produsen ke konsumen belum efektif dan efisien. Distribusi pemasaran harus dikelola dengan baik untuk memudahkan penyampaian produk dari produsen kepada konsumen secara efektif dan efisien (Sudiyono, 2019).

Keberhasilan pada usahatani jagung disinyalir telah menjadi pendorong berkembangnya usahatani pada berbagai komoditas lainnya yaitu perkebunan karet rakyat, sayuran, usaha ternak sapi, dll. Namun demikian, keberhasilan pada usahatani jagung ini dengan sistem kelembagaan pemasaran yang ada masih perlu dibuktikan apakah saluran pemasaran yang tercipta telah benar-benar berjalan secara efisien. Sebab besarnya jumlah produksi dan meluasnya aktivitas usahatani jagung belum menjadi jaminan mencerminkan sistem pemasaran yang efisien, terutama dilihat dari keuntungan yang diterima petani (Wowiling *et al.*, 2019).

Peningkatan perbaikan distribusi pemasaran sebagai salah satu cara yang paling efektif untuk meningkatkan produktivitas pertanian. Pemasaran merupakan proses yang harus dilalui petani sebagai produsen untuk menyalurkan produknya hingga sampai ke tangan konsumen. Seringkali dijumpai adanya rantai pemasaran yang panjang dengan banyak pelaku pemasaran menjadi besar yang akhirnya akan mempengaruhi tingkat harga (Sari *et al.*, 2019). Distribusi pemasaran yang baik dapat membantu petani dalam mendorong perkembangan produk dan mengurangi biaya *exchange* layanan, penyimpanan dan transportasi, dengan demikian mengurangi gap antara petani dan harga konsumen untuk keuntungan dari pihak lain. Perbedaan harga di tingkat petani, pengumpul dan konsumen menandakan bahwa distribusi pemasaran masih belum efektif dan efisien sehingga

penyampaian produk dari produsen kepada konsumen masih sulit dipasarkan dan harga tiap tingkat pelaku pemasaran berfluktuatif (Soekartawi, 2011).

Di Indonesia, sektor pertanian memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Kemampuan sektor pertanian berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB), dalam penyerapan tenaga kerja dan penciptaan kesempatan kerja/usaha dalam peningkatan pendapatan masyarakat, serta sebagai sumber perolehan devisa. Sektor pertanian seyogyanya tidak lagi hanya berperan sebagai aktor pembantu bagi pembangunan nasional, tetapi harus menjadi pemeran utama yang sejajar dengan sektor industri dan lainnya (Rahim, 2015).

Petani jagung di Kabupaten Ogan Komering Ulu masih belum jelas dalam memasarkan produknya. Pemasaran jagung di Kabupaten Ogan Komering Ulu masih lemah. Selain akibat lemahnya posisi tawar petani, rendahnya kualitas dan rendahnya jumlah produksi mengakibatkan penurunan harga jagung sehingga pendapatan petani jagung juga menurun. Lemahnya sistem pemasaran jagung di Kabupaten Ogan Komering Ulu yaitu seringnya terjadi perbedaan harga antara harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen mengakibatkan tidak seimbang harga yang diterima petani dengan konsumen akhir. Biasanya masing-masing saluran pemasaran memiliki *price spread* dan *share margin* yang berbeda-beda. Dengan demikian adalah penting untuk menganalisis pemasaran komoditi pangan jagung di Kabupaten Ogan Komering Ulu, sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan alternatif kebijakan produksi dan pemasaran yang akan diambil oleh pengambil kebijakan pada masa yang akan datang.

Beberapa faktor penghambat lainnya antara lain adalah panjangnya rantai pasar pada produk jagung yang mengakibatkan semakin panjang rantai pasar semakin sedikit keuntungan yang di dapat oleh para petani hal ini juga terkait dengan berperannya pedagang tengkulak/pengecer dalam proses ini akibat kurangnya peran kelembagaan di tingkat petani dimana lembaga pemasaran tidak dapat di pungkiri memegang peranan penting dalam menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan hasil produksi dari produsen kekonsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu atau perusahaan yang mempunyai hak kepemilikan atas barang yang dipasarkannya dan membantu

dalam penyampaian hak kepemilikan barang atau jasa tersebut dari produsen kepada konsumen (Syifa *et al.*, 2020)

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis berminat untuk menganalisis pemasaran jagung di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka beberapa permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini:

1. Ada berapa saluran pemasaran jagung yang ada di Kecamatan Lengkiti, Kabupaten OKU?
2. Berapa efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran?
3. Saluran pemasaran mana yang paling efisien?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pemasaran jagung di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

- 1) Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, bahan pertimbangan dan penetapan kebijakan, terutama kaitannya dengan pemasaran jagung di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu.
- 2) Bagi Petani jagung, penelitian ini dapat membantu para pembuat keputusan terkait usahatani jagung, untuk mengevaluasi usahatani yang dilakukannya dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usahanya.
- 3) Bagi peneliti lain, sebagai sumber informasi dan tambahan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya atau penelitian-penelitian sejenis.