

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permintaan jagung di Indonesia terus meningkat, baik untuk pangan sebagai sumber karbohidrat juga merupakan bahan baku industri pakan. Dewasa ini kebutuhan jagung untuk pakan sudah lebih 50 persen kebutuhan nasional. Peningkatan kebutuhan jagung terkait dengan makin berkembangnya usaha perternakan, terutama unggas. Sementara itu produksi jagung dalam negeri belum mampu memenuhi semua kebutuhan, sehingga kekurangannya dipenuhi dari jagung impor (Ditjentan, 2010).

Belum mampunya produksi jagung dalam negeri memenuhi semua kebutuhan akan jagung dikarenakan berbagai faktor salah satunya petani yang mulai mencari pekerjaan baru dan menetap diperkotaan, hal ini diperkuat dengan adanya data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang memperkirakan, sebanyak 56,7 persen penduduk Indonesia tinggal di wilayah perkotaan pada tahun 2020. Persentase tersebut diprediksi terus meningkat menjadi 66,6 persen pada tahun 2035. Sejalan dengan itu, Bank Dunia juga memperkirakan sebanyak 220 juta penduduk Indonesia akan tinggal di perkotaan pada tahun 2045. Jumlah itu setara dengan 70 persen dari total populasi di tanah air. Urbanisasi ke kota-kota besar seperti Jakarta akan mendorong pertumbuhan ekonomi yang signifikan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dengan bertambahnya penduduk yang berada di perkotaan akan mengakibatkan bertambah pula konsumsi terhadap bahan pangan. Pangan merupakan zat yang dibutuhkan manusia dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Pemenuhan akan kebutuhan pangan merupakan hak asasi manusia yang dijamin dalam Undang-Undang Dasar 1945 sebagai komponen dasar dalam mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Pemenuhan kecukupan pangan perseorangan merupakan esensi dari UU No.18 Tahun 2012 pasal 4 mengenai ketahanan pangan yang dicerminkan oleh tersediannya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif dan produktif secara berkelanjutan (Kemendag, 2013). Salah satu pangan yang disukai banyak orang adalah jagung manis.

Jagung manis (*sweet corn*) mempunyai rasa manis karena kadar gulanya 5-6 persen yang lebih dari rasa jagung biasa dengan kadar gula 2-3 persen (Sirajuddin, 2010). Tidak hanya mempunyai rasa yang manis, hampir semua bagian dari tanaman jagung manis memiliki nilai ekonomis. Beberapa bagian tanaman yang dapat dimanfaatkan diantaranya, batang dan daun muda untuk pakan ternak, batang dan daun tua (setelah panen) untuk pupuk hijau/kompos, batang dan daun kering sebagai bahan bakar pengganti kayu bakar, buah jagung muda untuk sayuran, perkedel, bakwan, dan berbagai macam olahan makanan lainnya (Purwono dan hartono, 2007).

Karena jagung dapat dijadikan berbagai macam olahan mengakibatkan meningkatnya kebutuhan jagung untuk kebutuhan industri bahan pangan olahan (*snake food*) dan industri pengolahan jagung modern (*corn wet* dan *milling*) yang memproduksi *corn starch*, *corn gluten* dan *corn meal* yang diperkirakan membutuhkan 1.000 ton jagung perharinya. Produksi jagung di Indonesia pada tahun 2011 mencapai 17,2 juta ton atau naik sekitar 4,3 persen dibandingkan produksi tahun 2010 masih mampu memenuhi kebutuhan jagung nasional yang meningkat rata-rata 9,6 persen pertahun, Kecenderungan konsumsi jagung di Indonesia yang makin tinggi menyebabkan makin besarnya jumlah impor (Subhana, 2011).

Adanya kecenderungan konsumsi jagung yang makin tinggi dikarenakan penduduk Indonesia menjadikan jagung sebagai salah satu sumber karbohidrat, selain itu jagung juga merupakan tanaman pangan penting kedua setelah padi mengingat fungsinya yang multiguna dan merupakan penyumbang pangan terbesar kedua terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) setelah padi. Selain itu jagung menjadi penarik bagi pertumbuhan industri hulu dan pendorong pertumbuhan industri hilir di dalam sistem dan usaha agribisnis (Ditjentan, 2010).

Hal ini dapat diketahui dari mulai dikembangkannya jagung manis di Indonesia pada awal 1980, diusahakan secara komersial dalam skala kecil untuk memenuhi kebutuhan hotel dan restoran. Sejalan dengan berkembangnya toko-toko swalayan dan meningkatnya daya beli masyarakat, meningkat pula permintaan akan jagung manis. Jagung manis dapat tumbuh pada daerah beriklim

sedang sampai beriklim tropic. Hal ini berarti bahwa usaha pengembangan jagung manis di Indonesia mempunyai prospek yang cukup baik.

Kecamatan Cineam merupakan salah satu Kecamatan penghasil jagung di Kabupaten Tasikmalaya dengan luas panen 203 ha, produksi 1.191,1 ton dan produktivitas 5,86 ton/ha. Kecamatan Cineam terdiri dari 10 desa, setiap desa memiliki perbedaan dalam membudidayakan jagung sehingga terdapat perbedaan mulai dari luas panen, produksi hingga produktivitas yang diperoleh.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Jagung di Kecamatan Cineam Tahun 2021.

No	Desa	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1.	Cisarua	27,0	159,3	5,9
2.	Pasir Mukti	21,0	117,6	5,6
3.	Cikondang	15,0	90,0	6,0
4.	Cijulang	20,0	116,0	5,8
5.	Negaratengah	14,0	86,8	6,2
6.	Ciampanan	23,0	128,8	5,6
7.	Cineam	17,0	96,9	5,7
8.	Madiasari	15,0	79,5	5,3
9.	Rajadatu	28,0	173,6	6,2
10.	Ancol	23,0	142,6	6,2
Jumlah		203,0	1.191,1	5,86

Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Cineam 2021

Desa Rajadatu merupakan desa yang memiliki keunggulan kompetitif dengan tingkat produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan desa lainnya. Desa Rajadatu mempunyai luas panen 28 ha, produksi 173,6 ton dan produktivitas 6,2 ton/ha. Petani di Desa Rajadatu menanam 2 jenis jagung yaitu jagung untuk pakan ternak dan jagung manis.

Desa Rajadatu merupakan salah satu desa yang paling banyak menanam jagung di Kecamatan Cineam. Namun pada saat ini terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh petani jagung manis di Desa Rajadatu yaitu kurangnya pengetahuan petani mengenai saluran pemasaran yang ada disekitar mereka, sehingga mereka harus memasarkan jagung manis ke jarak yang cukup jauh dengan memakan biaya pemasaran yang cukup tinggi. Hal ini mengakibatkan banyak petani jagung yang lebih memilih menanam jagung untuk pakan ternak dibanding dengan jagung manis. Sementara tingginya biaya pemasaran

disebabkan oleh kurang tepatnya memilih saluran pemasaran. Masalah pemilihan saluran pemasaran adalah suatu masalah yang sangat penting (Sjarkowi dan Supri, 2004).

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Penyalur ini secara aktif mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang tersebut dapat dibeli konsumen (Hajar dan Fitriani, 2016).

Adanya keterlibatan petani dengan lembaga pemasaran menyebabkan harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen berbeda. Hal ini disebabkan adanya fungsi pemasaran yang harus dilakukan oleh lembaga pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fisik dan penyediaan sarana. Dalam melaksanakan fungsinya lembaga pemasara mengeluarkan biaya yang disebut dengan biaya pemasaran. Adanya biaya pemasaran akan berpengaruh pada keuntungan yang diterima, jika biaya pemasaran tinggi maka keuntungan yang diperoleh akan rendah dan sebaliknya (Kohls, 2002), banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat akan mempengaruhi panjang pendeknya saluran pemasaran dan besarnya biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran akan mengarah pada semakin besarnya perbedaan harga antara petani dengan konsumen maupun pada tingkat keuntungan yang diperoleh serta persentase bagian harga yang di peroleh oleh petani (*farmer's share*).

Salah satu masalah dalam pemasaran hasil pertanian adalah kecilnya persentase harga yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Salah satu faktor dalam masalah tersebut adalah lemahnya posisi petani didalam pasar. Hal ini sangat merugikan para petani dan juga masyarakat konsumen. Harga yang rendah ditingkat petani akan menyebabkan menurunnya minat petani untuk meningkatkan produksinya dan harga yang tinggi di tingkat konsumen menyebabkan konsumen akan mengurangi konsumsi (Ginting, P. 2006).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian “**Pemasaran Jagung Manis (*Zea Mays Saccharata Sturt*)**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran dan fungsi pemasaran jagung manis?
2. Berapa biaya, keuntungan, dan margin pemasaran jagung manis?
3. Berapa *farmer share* pada setiap saluran pemasaran jagung manis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas tujuan penelitian yang dapat dikemukakan antara lain sebagai berikut:

1. Mengetahui saluran dan fungsi pemasaran jagung manis.
2. Menganalisis biaya, keuntungan, dan margin pemasaran jagung manis.
3. Menganalisis *farmer share* pada setiap saluran pemasaran jagung manis.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi berbagai pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pemasaran jagung manis
2. Bagi Petani
Dapat memberikan informasi tentang saluran pemasaran jagung manis yang menguntungkan bagi petani sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani.
3. Bagi Lembaga Pemasaran
Dapat memberi informasi mengenai saluran pemasaran yang dapat memberikan keuntungan.
4. Bagi Pemerintah
Dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa datang.
5. Bagi Pihak Lain
Dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya atau penelitian-penelitian sejenis.