

ANALISIS RANTAI PASOK DAN EFISIENSI PEMASARAN KOMODITAS JAGUNG DI KECAMATAN GULUK-GULUK KABUPATEN SUMENEP

Moh. Ifan Jazuli

Email: ifanjazuli10@gmail.com

Universitas Trunojoyo Madura

Muh. Syarif

Email: syarif@trunojoyo.ac.id

Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRAK

Jagung merupakan komoditas dengan nilai ekonomis dan potensial untuk pertumbuhan lebih lanjut, karena permintaan terus meningkat, baik untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan bisnis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan studi kasus dianalisis dengan deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif dengan dengan teknik observasi dan wawancara. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep secara *purposive sampling* yaitu, Desa Bragung dan Payudan Nangger. Penentuan sampel dilakukan dengan dua tahap yaitu penentuan sampel petani menggunakan metode *random sampling* yaitu, ditentukan 25 petani setiap desa. Penentuan responden untuk lembaga pemasaran dengan *snowball sampling*. Diperoleh 5 pengepul dan 2 pedagang besar. Analisis data menggunakan menggunakan analisis rantai pasok, *farmer's share*, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi rantai pasok berjalan secara efisien dan terdapat 3 saluran pemasaran. Saluran pemasaran 1 Petani – konsumen, saluran 2 petani – pengepul – konsumen, saluran 3 petani – pedagang besar – konsumen. *Farmer's share* saluran 1 share 100%, saluran 2 share 80%, disisi lain, saluran 3 share 79,03%. Margin pemasaran saluran 1 adalah Rp. 0/kg, pada saluran 2 Rp. 1.200/Kg dan pada saluran 3 Rp. 1.300/Kg. Sedangkan efisiensi pemasaran pada saluran 1 dengan nilai efisiensi sebesar 3,2%, pada saluran 2 dengan nilai efisiensi sebesar 6% dan saluran 3 dengan nilai efisiensi sebesar 6,61%, sehingga diketahui bahwa efisiensi pemasaran dalam rantai pasok komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep berjalan dengan efisien

Keywords: Rantai Pasok, Efisiensi Pemasaran, *Farmer's Share*, Komoditas Jagung.

PENDAHULUAN

Jagung merupakan komoditas dengan nilai ekonomis dan potensial untuk pertumbuhan lebih lanjut, karena permintaan terus meningkat, baik untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan bisnis. Produksi jagung nasional terus meningkat dari 23,6 juta ton pada tahun 2016 menjadi 28,9 juta ton pada tahun 2017 (BPS, 2019).

Setiap tahun produksi jagung terus meningkat sejalan dengan peningkatan produktivitas. Peningkatan produksi jagung dalam negeri didorong oleh permintaan yang tinggi untuk pakan ternak. Ketersediaan jagung memiliki efek berlipat

ganda pada usaha pertanian lainnya, terutama dalam industri peternakan. Harga jagung memiliki dampak yang signifikan terhadap kenaikan biaya pakan ternak. Biaya pakan ternak yang mencapai 70% dari keseluruhan biaya produksi, karena dimana jagung harus impor yang digunakan sebagai pakan ternak (Hidayah A et al., 2017).

Kabupaten Sumenep terletak di Pulau Madura, Provinsi Jawa Timur. Pada tahun 2017 luas area yang digunakan untuk menanam jagung di Kabupaten Sumenep mencapai 143.215,1 ha, dengan tingkat produktivitas sebesar 22,72kw/ha (BPS

Jatim, 2019). Pada tahun 2018, Kabupaten Sumenep berada di peringkat empat dengan total produksi 396.067 ton jagung di Jawa Timur. Namun, petani jagung kemungkinan tetap menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha pertanian mereka (Faqih A, Syathori D, Susilowati D, 2020).

Jagung juga berkontribusi untuk ketahanan pangan dan kesejahteraan masyarakat Kecamatan Guluk-Guluk. Namun terdapat permasalahan dalam rantai pasokan jagung termasuk kurangnya aliran informasi harga, persediaan, dan permintaan pasar, keterlambatan pasokan, transportasi, kelembagaan dan infrastruktur rantai pasokan yang menyebabkan rantai pasokan tidak efisien.

Efisiensi pemasaran merupakan faktor penting dalam rantai pasokan, meskipun produksi jagung tinggi namun terdapat permasalahan diatas mengakibatkan efisiensi pemasaran tidak berjalan dengan efisien. Selain itu, peran perantara dalam rantai pemasaran jagung perlu menjadi perhatian, karena semakin banyak perantara akan memengaruhi pendapatan petani dan akan meningkatkan biaya sehingga akan memengaruhi efisiensi pemasaran jagung. Ketidakpastian harga di pasar juga menjadi permasalahan, Petani sering kali menghadapi fluktuasi harga yang signifikan, yang dapat membuat petani kesulitan merencanakan penanaman dan pemasaran jagung.

Supply Chain Management (SCM) adalah strategi yang dapat diterapkan pada rantai pasokan untuk memaksimalkannya. SCM mencakup pengawasan setiap proses rantai pasokan, sejak dari produksi hingga distribusi dan pemasaran, dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas, memangkas biaya, dan meningkatkan kualitas produk. Pengaruh teknik SCM dalam industri pertanian, khususnya produksi jagung di Kabupaten Sumenep memiliki potensi yang sangat menguntungkan. Memiliki tata kelola yang baik dalam manajemen rantai pasokan akan mendukung keberhasilan dalam usaha tani, oleh karena itu perlu diperhatikan dalam

pengelolaan rantai pasok jagung, seperti siapa yang terlibat dan bagaimana jaringan rantai pasokan bekerja secara efektif dan efisien, berapa margin yang diperoleh antar pelaku rantai pasokan sudah sesuai apa tidak, dan bagaimana proses produksi juga dapat memengaruhi kualitas jagung yang dihasilkan sehingga tidak menghambat proses rantai pasokan (Hayati, 2014).

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui mekanisme model rantai pasok, menganalisis efisiensi pemasaran, dan menganalisis nilai *farmer's share* jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep.

Manfaat atau kontribusi dalam penelitian ini dapat memberikan informasi yang relevan bagi pelaku rantai pasok dan dapat diterapkan dalam rantai pasok dan efisiensi pemasaran dalam waktu kedepan.

KAJIAN PUSTAKA

Supply Chain Management (SCM)

Supply Chain Management adalah administrasi berbagai operasi untuk mendapatkan bahan baku, diikuti dengan aktivitas produk dalam proses, selanjutnya produk jadi, dan dikirimkan ke konsumen melalui sistem distribusi (Hayati 2014). Terdapat 3 hal yang perlu diperhatikan dalam *supply chain management*:

1. Tujuan *supply chain management* adalah untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasok, produsen, gudang, dan pengecer. Kerugian yang signifikan akan terjadi dari kurangnya kerjasama antara pihak-pihak terkait. *Bullwhip Effect* adalah salah satu dampak yang paling umum.
2. *Supply chain management* berpengaruh pada pengendalian biaya.
3. *Supply chain management* penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan kepada *customer*.

Komoditas Jagung

Jagung merupakan komoditas dengan nilai ekonomis dan potensial untuk pertumbuhan lebih lanjut, karena permintaan terus meningkat, baik untuk

memenuhi kebutuhan konsumen dan bisnis. Produksi jagung nasional terus meningkat dari 23,6 juta ton pada tahun 2016 menjadi 28,9 juta ton pada tahun 2017 (BPS, 2019).

Pulau madura sebagian besar lahan di Madura merupakan lahan kering sehingga sangat cocok untuk budidaya jagung. Mayoritas lahan di Madura dengan jumlah lebih dari 90% digunakan untuk menanam jagung lokal yang biasanya belum banyak menerima dampak dari penggunaan teknologi.

Jagung Madura memiliki keunggulan yaitu mampu untuk bertahan dalam waktu yang relatif lama sekitar satu tahun, sehingga memungkinkan digunakan sebagai sumber makanan. Suhardjo dan lestari (dalam Amzeri, 2018 74-86) menyatakan bahwa “jagung lokal Madura memiliki kandungan protein dan lemak tinggi masing-masing 11,24 % dan 4,96 % dibanding jagung-jagung hibrida seperti Pioneer 7 (kandungan protein 8,22 % dan kandungan lemak 3,24 %), Pioneer 11 (kandungan protein 8,70 % dan kandungan lemak 3,34%), Bisi 2 (kandungan protein 9,51 % dan kandungan lemak 3,95%) dan Bisi 7 (kandungan protein 10,09% dan kandungan lemak 3,27%)”.

Rantai Pasok

Menurut Pujawan dan Mahendrawati rantai pasok merupakan jaringan kelompok bisnis atau perusahaan yang berkolaborasi untuk mengembangkan dan menyediakan produk kepada konsumen. Bisnis terdiri dari supplier, pabrik, distributor, pedagang, dan konsumen (Ariani, 2013).

Rantai pasokan adalah struktur yang terdiri dari sejumlah bisnis yang bekerja sama untuk membuat produk dan mendistribusikannya ke konsumen. Sistem ini biasanya terdiri dari sejumlah pemangku kepentingan, termasuk pemasok, produsen, distributor, peritel, dan bisnis tambahan seperti penyedia layanan *logistic* (Suud, 2020:9). Menurut Suud (2020:9) ada tiga jenis proses yang dikelola dalam rantai pasok yaitu:

1. Aliran barang dari hulu ke hilir.
2. Aliran dana dari hilir ke hulu dan sebaliknya dari hulu ke hilir.
3. Aliran informasi dari hulu ke hilir dan sebaliknya dari hilir ke hulu.

Rantai pasokan mengacu pada semua fase interaksi konsumen mulai dari pemesanan produk dari pemasok, pengiriman, dan layanan gudang, pengecer, dan akhirnya pelanggan. Kegiatan pemasaran, operasi, distribusi, keuangan, dan layanan pelanggan semuanya bekerja sama untuk mendukung setiap fungsi atau proses dalam rantai pasokan.

Farmer's Share

Farmer's share merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengukur porsi dari hasil produk pertanian yang diterima oleh petani. Dihitung dengan membandingkan harga ditingkat produsen dan konsumen Tingkat efisiensi saluran pemasaran berkorelasi negatif dengan *Farmer's share*, semakin tinggi *farmer's share* maka semakin tinggi tingkat efisiensi saluran pemasaran dan sebaliknya semakin tinggi margin pemasaran, maka semakin rendah tingkat efisiensi saluran pemasaran (Agustina et al. , 2021).

Kohls dan Uhl menyatakan bahwa analisis mengenai *farmer's share* memiliki manfaat dalam menentukan presentase pendapatan yang diperoleh produsen dari harga konsumen dalam setiap saluran pemasaran. Apabila petani aktif dalam meningkatkan nilai tambah pada komoditas, hal ini akan mengakibatkan peningkatan pada nilai *farmer's share* (Indriani et al. 2019:35).

farmer's share dan margin pemasaran memiliki hubungan yang berlawanan, semakin besar nilai *farmer's share* maka semakin kecil nilai margin. Pemasaran dikatakan efisien apabila *farmer's share* >70% dan berarti kinerja rantai pasok adalah efisien, begitu sebaliknya apabila *farmer's share* <70% maka pemasaran tidak efisien dan kinerja rantai pasok tidak efisien (Indriani et al. 2019:36)

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat efisiensi rantai pasokan. Nilai efisiensi pemasaran adalah rasio biaya keseluruhan terhadap nilai total produk (Noviantari dkk, 2015:15).

Efisiensi operasional digunakan untuk mengukur produktivitas input dalam pemasaran. Pengukuran efisiensi operasional dalam pemasaran melibatkan perbandingan antara harga produsen dan konsumen, margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio laba terhadap biaya. Pemasaran dikatakan efektif jika margin pemasaran rendah, nilai *farmer's share* tinggi, dan rasio keuntungan terhadap biaya lebih dari satu (Asmarantaka dalam Annisa, 2018).

Soekartawi menyatakan bahwa faktor-faktor yang digunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran (Yudi, 2018:18), yaitu:

1. Keuntungan pemasaran
2. Harga yang diterima konsumen
3. Tersedianya fasilitas fisik dan pemasaran
4. Kompetisi pasar

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan studi kasus dianalisis dengan deskriptif yaitu penelitian yang datanya menggambarkan keadaan sebenarnya dan seadanya dengan mengumpulkan data selanjutnya menyusun dan menyajikan data, selanjutnya memastikan hubungan antar variabel yang diteliti, dan analisis data kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Metode pengumpulan data penelitian ini dengan cara Tahap Pra-lapangan dengan mengidentifikasi masalah atau topik. Tahap pekerjaan lapangan dengan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi (Moleong, 2018:126). Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, data primer diperoleh dengan wawancara langsung kepada pelaku rantai pasok menggunakan kuisioner. Data

sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti instansi pemerintah, lembaga yang terkait dan media online. Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kuantitatif data yang dapat diukur dengan angka, sedangkan data kualitatif mengekspresikan data dalam formulir yang hanya dapat diukur dengan kata-kata dan frasa (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep secara *purposive sampling* yaitu, Desa Bragung dan Payudan Nangger dengan pertimbangan desa tersebut merupakan desa sentra produksi jagung. Penentuan sampel dilakukan dengan dua tahap yaitu penentuan sampel petani menggunakan metode *simple random sampling*. Jumlah sampel diambil menggunakan rumus slovin diperoleh 25 petani tiap desa. Penentuan responden untuk lembaga pemasaran dengan *snowball sampling* dengan menetapkan komoditi jagung dan diikuti aliran komoditi tersebut dari petani sampai lembaga pemasaran. Diperoleh 5 pengepul dan 2 pedagang besar.

Analisis data deskriptif dilakukan untuk mengetahui model rantai pasok, saluran pemasaran komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk.

Analisis data Kuantitatif dilakukan untuk mengetahui margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran.

1. Margin pemasaran merupakan selisih harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen. Dengan demikian dapat diketahui dengan rumus Sudiyono (Walla et al., 2022):

$$MP = HK - HP$$

Keterangan

MP= Margin Pemasaran (Rp/Kg)

HK= Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

HP= Harga Ditingkat Produsen (Rp/Kg)

2. *Farmer's share* adalah konsep yang digunakan dalam bidang agribisnis dan ekonomi pertanian untuk mengukur sejauh mana pendapatan dari penjualan produk pertanian yang diperoleh oleh petani. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Fs = *Farmer's Share*

Pf = Harga ditingkat produsen

Pr = Harga ditingkat Konsumen

3. Untuk menganalisis efisiensi saluran pemasaran dengan menggunakan analisis perbandingan total biaya dan total nilai produk yang dijual. Dengan demikian sesuai dengan pendapat Soekarwati efisiensi pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus:

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\% \text{ (Yudi, 2018:19).}$$

Keterangan:

EP = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Total biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = Total nilai yang dipasarkan (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden penelitian adalah petani, pedagang besar dan pengepul di desa Bragung dan Payudan Nangger Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Suememp. Selain itu, pedagang besar yang ada di Kecamatan Guluk-Guluk dengan karakteristik yang berbeda pada setiap pelaku rantai pasok. Karakteristik tersebut meliputi umur, luas lahan, pengalaman berusaha dan lain-lain.

Tabel 1. Karakteristik Petani Berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase
1	31 – 40	9	18%
2	41 – 50	32	64%
3	51 – 60	9	18%
Total		50	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari data diatas diketahui usia responden terbanyak dikisaran 41-50 sebanyak 32 orang petani dengan presntase 64%, pada usia 31-40 sebanyak 9 orang petani dengan presentase 9%, kemudian pada rentan usia 51-60 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase 18%.

Tabel 2. Karakteristik Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Orang	Presentase
1	SD	15	30%
2	SMP	17	34%
3	SMA	13	26%
4	S1	5	10%
Total		50	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2, dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan responden petani terbesar adalah pada tingkat SMP dengan jumlah 17 orang dengan presentase 34%, tingkat SD dengan jumlah 15 orang dengan presentase 30%, tingkat SMA dengan jumlah 13 orang dengan presentase 26%, tingkat S1 menjadi terkecil dengan jumlah 5 orang dengan presentase 10%.

Tabel 3. Karakteristik Petani Berdasarkan Luas Lahan

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Presentase
1	0 – 1	45	90%
2	1,1 – 2	5	10%
Total		50	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui luas lahan terbesar pada rentannng 0 – 1 ha dengan jumlah sebanyak 45 orang petani dengan presentase 90%, sedangkan luas lahan responden terkecil adalah 1,1 – 2 ha dengan jumlah 5 orang dengan presentase 10%.

Tabel 4. Karakteristik Petani Berdasarkan Pengalaman Bertani

No	Pengalaman Bertani (Tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	1 – 15 Tahun	17	34%
2	16 – 30 Tahun	27	54%
3	31 – 45 Tahun	6	12%
Total		50	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa jumlah responden dengan pengalaman bertani terlama pada rentang 16-30 tahun yaitu 27 orang petani, dengan presentase 54%. Pada rentang 1-15 tahun yaitu sebanyak 17 orang, dengan presentase 34%, sedangkan pengalaman sebentar yaitu pada rentang 31-45 tahun yaitu sebanyak 6 orang petani, dengan presentase 12%.

Tabel 5. Karakteristik Pengalaman Usaha Pedagang

No	Pengalaman Usaha	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	1 – 10 Tahun	1	50%
2	11 – 20 Tahun	1	50%
Total		2	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 diketahui ditingkat pedagang dengan pengalaman antara 1-10 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase 50%, sedangkan pada pengalaman antara 11-20 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase 50%.

Tabel 6. Karakteristik Pengalaman Usaha Pengepul

No	Pengalaman Usaha	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	1 – 15 Tahun	2	40%
2	16 – 30 Tahun	3	60%
Total		5	100%

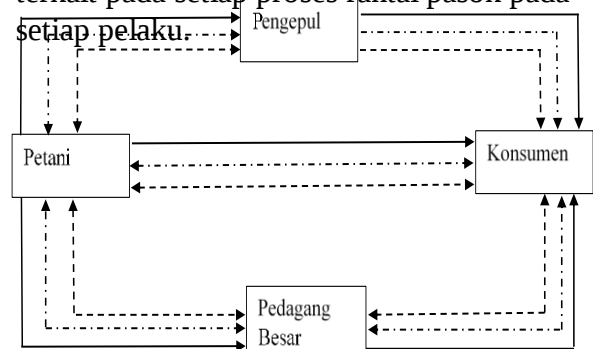
Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa di tingkat pengepul dengan pengalaman antara 1-15 tahun sebanyak 2 orang dengan presentase 40%, sedangkan pada pengalaman antara 16-30 tahun sebanyak 3 orang dengan presentase 60%.

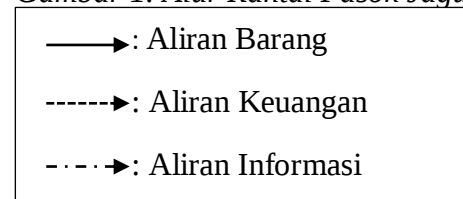
Rantai Pasok Jagung

Dalam rantai pasok dijelaskan jaringan-jaringan pelaku rantai pasokan komoditas jagung, pelaku dalam rantai pasokan komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep mulai dari petani, pengepul, pedagang besar, dan konsumen. Alur jaringan rantai pasok jagung di Kecamatan Guluk-Guluk dimulai dari petani yang menjual ke pengepul jagung, namun sebagian dari petani ada yang langsung ke pedagang besar, Hal tersebut dilakukan karena petani ingin memperoleh harga jual yang cukup tinggi. Selain itu, produsen atau petani juga menjual langsung ke konsumen dengan alasan untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi.

Dalam rantai pasok di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep terdapat 3 aliran yaitu aliran barang, aliran keuangan, aliran informasi yang saling terkait pada setiap proses rantai pasok pada setiap pelaku.



Gambar 1. Alur Rantai Pasok Jagung



Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jaringan saluran dalam aliran produk (ditunjukkan pada gambar 1),

konsumen dari komoditas jagung terdiri dari konsumen industri rumah tangga, agroindustri pangan, dan peternak unggas yang tersebar di Kabupaten Sumenep dan di Pulau Jawa. Aliran barang (jagung) terdiri dari 3 saluran yaitu:

Saluran 1: Petani → Konsumen

Saluran 2: Petani → Pengepul → Konsumen

Saluran 3: Petani → Pedagang Besar → Konsumen.

Hal diatas sesuai dengan pendapat Suud (2020:9) dijelaskan bahwa alur pasokan dimulai dari hulu ke hilir, yakni dari pelaku rantai pasok petani sampai ke konsumen akhir. Saluran 1, yaitu petani menjualnya ke konsumen secara langsung dengan rata-rata penjualan 200kg-1000kg/penjualan. Saluran 2 mulai dari petani menjual jagung ke pengepul dengan rata-rata penjualan dari petani adalah 1000 kg – 2.000 kg dan pengepul membeli dari petani sebanyak 5.000 kg – 15.000/sekali pembelian, kemudian dijual ke konsumen akhir dengan rata-rata 500 kg – 1.000 kg dalam sekali penjualan. Saluran ke-3 yaitu Petani menjual ke pedagang besar sebanyak 200-1000kg/sekali penjualan kemudian pedagang besar menjual ke konsumen tergantung dari permintaan konsumen.

Aliran Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan jaringan saluran pemasaran dalam aliran keuangan (ditunjukkan gambar 1), saluran 1 Petani → Pengepul → Konsumen, saluran 2 Petani → Pengepul → Konsumen, saluran 3 Petani → Pedagang Besar → Konsumen.

Hal diatas sesuai dengan pendapat Suud (2020:9) bahwa pergerakan dana dari hulu ke hilir dan sebaliknya dari hilir ke hulu. Aliran dana dapat berupa faktur, kontrak pembayaran, cek, dll. Aliran dana atau keuangan mengalir dari konsumen sampai petani jagung (produsen). Aliran keuangan pada saluran 1, yaitu petani menjual konsumen secara langsung dengan harga 5.000/kg. Aliran keuangan pada saluran 2, yaitu petani menjual ke pengepul dengan harga 4.800/kg, selanjutnya

pengepul menjual langsung ke konsumen seharga 5.500/kg. Aliran uang pada saluran 3 yaitu petani menjual ke pedagang besar dalam bentuk biji jagung seharga 4.900/kg, dan selanjutnya dijual ke konsumen dengan harga 6.000/kg.

Mekanisme pembayaran jagung yang dilakukan kepada petani dalam saluran 1 dengan sistem pembayaran tunai. Pada saluran 2 pembayaran kepada petani dengan sistem pembayaran tunda sampai dari pengepul, menjual jagung yang telah dibeli terjual ke pelaku rantai selanjutnya. Sistem pembayaran dalam saluran 3 pedagang besar dengan sistem pembayaran secara tunai dan biasanya setengah dari total pembelian hingga pedagang besar menjualnya ke konsumen.

Aliran Informasi

Aliran informasi merupakan aliran yang berisi tentang informasi persediaan barang, permintaan, harga yang terjadi antar pelaku rantai pasok komoditas jagung. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan aliran informasi (ditunjukkan pada gambar 1) yakni bergerak dari hulu ke hilir begitu sebaliknya dari hilir ke hulu. Hal ini sesuai dengan pendapat Suud (2020:9) bahwa aliran informasi bergerak dari hulu ke hilir dan dari hilir ke hulu. Aliran informasi rantai pasok komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep menunjukkan bahwa aliran informasi berjalan dengan baik. Kegiatan dalam informasi dilakukan melalui media online seperti, WhatsApp, telfon dan media lainnya atau secara langsung ketika pelaku rantai pasok bertemu. Aliran informasi yang terjadi di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep pada pelaku atau lembaga rantai pasok komoditas jagung meliputi informasi jumlah persediaan, jumlah permintaan, jenis bibit, persediaan pupuk, dan pengangkutan dan pengiriman komoditas jagung.

Farmer's Share

Hasil analisis *farmer's share* komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep (Ditunjukkan pada tabel 7) diperoleh bahwa nilai *farmer's share* tertinggi yang diperoleh petani adalah pada saluran pemasaran tingkat 1 dengan nilai presentase share 100%, pada saluran pemasaran tingkat 2 dengan nilai presentase share 80%, disisi lain, petani menerima *farmer share* terendah pada saluran pemasaran tingkat 3 dengan presentase share 79,03% yang dihitung berdasarkan harga penjualan terakhir pada konsumen sebesar Rp. 6.200/Kg.

Tabel 7. *Farmer's Share* Pada Saluran Pemasaran Komoditas Jagung di

Saluran pemasaran	Harga ditingkat peetani (Rp/Kg)	Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)	Farmer's share (%)
Saluran 1	Rp. 5.000	Rp. 5.000	100%
Saluran 2	Rp. 4.800	Rp. 6.000	80%
Saluran 3	Rp. 4.900	Rp. 6.000	79,03%

Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep Tahunn 2023.

Sumber: Data diolah, 2023

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga di tingkat produsen dan konsumen. Perhitungan dalam margin pemasaran pada komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Perhitungan Margin Pemasaran

Saluran	Harga Beli Konsumen	Harga Jual Produsen	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
Saluran 1	Rp. 5.000	Rp. 5.000	Rp.0
Saluran 2	Rp. 6.000	Rp. 4.800	Rp. 1.200
Saluran 3	Rp. 6.200	Rp. 4.900	Rp. 1.300

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan perhitungan diatas saluran pemasaran yang paling efisien yaitu saluan tingkat 1 dengan margin yang dihasilkan lebih kecil dari saluran tingkat 2

dan 3. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran tingkat 1 adalah Rp. 0/kg, pada saluran tingkat 2 Rp. 1.200/Kg dan pada saluran tingkat 3 adalah Rp. 1.300/Kg.

Efisiensi Pemasaran

Analisis efisiensi pemasaran digunakan untuk menilai sejauh mana rantai pasokan beroperasi efisien, karena adanya aktivitas pemasaran yang terlibat didalamnya. Dalam konteks rantai pasok komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk terdapat beberapa saluran yang memegang peran sebagai lembaga pemasaran. Saluran ini melibatkan petani, pengepul dan pedagang besar dalam proses pemasaran komoditas tersebut. Keberadaan lembaga pemasaran akan berdampak terhadap total biaya pemasaran yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran, sehingga diketahui sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Perhitungan Analisis Efisiensi Pemasaran

Saluran	Toatal Biaya Pemasaran	Total Nilai Produk	Efisiensi Pemasaran (%)
Saluran 1	Rp. 160	Rp. 5.000	3,2%
Saluran 2	Rp. 360	Rp. 6.000	6%
Saluran 3	Rp. 410	Rp. 6.200	6,61%

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil dari perhitungan diatas menunjukkan efisiensi pemasaran komoditas jagung pada saluran tingkat 1 dengan nilai efisiensi sebesar 3,2%. Pada saluran pemasaran tingkat 2 dengan nilai efisiensi sebesar 6% dan saluran pemasaran tingkat 3 dengan nilai efisiensi sebesar 6,61%. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas saluran pemasaran paling efektif yaitu pada saluran pemasaran tingkat 1, karena memiliki nilai efisien paling rendah yaitu 3,2%. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Soekartawi dalam Yudi (2018) bahwa pemasaran dikatakan efisien apabila efisiensi pemasaran <50%, dan apabila efisiensi pemasaran >50% maka pemasaran dinyatakan tidak efisien. Maka, saluran pemasaran komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten

Sumenep berjalan dengan efisien karena <50%.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Model atau aliran rantai pasok meliputi aliran barang, aliran informasi, dan aliran uang komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep berjalan dengan normal dan efektif.

2. Terdapat 3 aliran pemasaran komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk meliputi:

Saluran 1: Petani → Konsumen

Saluran 2: Petani → Pengepul → Konsumen

Saluran 3: Petani → Pedagang Besar → Konsumen. Pada setiap saluran berjalan dengan efektif dan efisien karena <50%.

3. Hasil analisis efisiensi pemasaran berjalan dengan efektif dan efisien dan paling efektif adalah saluran tingkat 1, selanjutnya saluran tingkat 2, dan terakhir saluran tingkat 3.

4. Hasil analisis margin pemasaran dan *farmer's share*, pada saluran tingkat 1 tidak ada margin, sedangkan pada saluran tingkat 2 terdapat margin Rp. 1.200, dan pada saluran tingkat 3 terdapat margin Rp. 1.300.

REFERENCE

Agustina, Susanti, H Rizal Ahmadi, and Rini Winarti. 2021. "Analisis Efisiensi Pemasaran Tomat Di Kabupaten Lombok Timur Analysis of Tomato Marketing Efficiency in Lombok Timur District." *Jurnal Agri Rinjani* 1(2): 82–88.

Amzeri, Achmad. 2018. "Tinjauan Perkembangan Pertanian Jagung Madura Dan Alternatif Pengolahan Menjadi Biomaterial." *REKAYASA* 11(1): 74–86.

Annisa, Ivony, Ratna Winandi Asmarantaka, and Rita Nurmawati. 2018. "Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (Kasus: Kabupaten Brebes,

Provinsi Jawa Tengah)." *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen* 8(2): 254.

Ariani, Desi, and Bambang Munas Dwiyanto. 2013. "ANALISIS PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada Industri Kecil Dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat)." *Diponegoro Journal of Management* 2(3): 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/3203>.

BPS. 2017. "Produktivitas Jagung Jawa Timur." *Badan Pusat Statistik Jawa Timur*. <http://jatim.bps.go.id/>.

BPS. 2019. "Provinsi Jawa Timur Dalam Angka." *Badan Pusat Statistik Jawa Timur*. <http://pertanian.go.id/>.

Faqih, Moh Arieqeul, Ahmad Dedy Syathori, and Dwi Susilowati. 2020. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Risiko Produksi Usahatani Jagung di Desa Bragung Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep." *Seagri* 8(2): 11–20. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>.

Hayati, Enty Nur. 2014. "Supply Chain Management (SCM) Dan Logistic Management." *DINAMIKA TEKNIK* 8(01): 25–34.

Indriyani, Ria, Rahim Darman, Yunus Musa, and Et Al. 2019. "Rantai Pasok Cabe Di Provinsi Gorontalo." *Ideas Publishing*.

Noviantari, Khairunnisa et al. 2015. "SCM_13320-ID-Analisis-Rantai-Pasok-Dan-Nilai-Tambah-Agroindustri-Kopi-Luwak-Di-Provinsi-Lampu." *Jiaa* 3(1): 10–17.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, Dan RnD*. Bandung: Alfabeta.

- Suud, Nur Rahmi. 2020. "Kinerja Rantai Pasok Kopra Putih (Studi Kasus Pada Perusahaan CV. Cakrawala Di Kecamatan Bunta Kabupaten Banggai Sulawesi Tengah)."
- Walla, Yulius Ndara, Cakti Indara Gunawan, and Sumarno Sumarno. 2022. "Analisis Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras Di Peternakan Desa Kambingan, Kacamatan Tumpang, Kabupaten Malang." *Eqien : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10(2):381–391. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/624>.
- Yudi. 2018. *Analisis Pemasaran Bawang Merah Di Kabupaten Enrekang*. Skripsi. Makasar. Universitas Muhammadiyah Makasar