

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris yang mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan, sehingga sektor pertanian menjadi salah satu ujung tombak pembangunan di Indonesia (Kuncoro, 2010). Sektor pertanian di Indonesia merupakan salah satu penyumbang modal perekonomian nasional, antara lain dalam bentuk pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, penyedia bahan pangan masyarakat, penghasil devisa negara dan penyediaan bahan baku industri. Sektor pertanian punya peran penting dalam menciptakan kondisi ekonomi Indonesia yang stabil baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Perkembangan pertanian dapat dijadikan tolak-ukur atas kesejahteraan masyarakat (Soekartawi, 2002).

Adapun sektor pertanian yang menjadi penopang pembangunan, dapat dilihat dari beberapa komoditas pangan seperti padi dan jagung. Jagung merupakan tanaman palawija yang merupakan salah satu komoditi pertanian yang patut diperhitungkan. Peranan palawija mulai terasa di bidang ketahanan pangan dan agroindustri. Salah satu komoditi palawija yang diusahakan di Sumatera Barat adalah jagung (*Zea mays L.*). Pengembangan palawija secara serius akan menghasilkan pemantapan pada peningkatan kebutuhan pangan dan bahan baku industri, kebutuhan nutrisi, dan pemantapan ketahanan pangan rumah tangga, serta peranan palawija dapat mengatasi masalah kemiskinan, khususnya petani berlahan sempit dan marjinal (Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian, 2006).

Menurut Rukmana (2010), jagung termasuk komoditas strategis dalam pembangunan pertanian dan perekonomian Indonesia, serta mempunyai fungsi multiguna baik untuk pangan maupun pakan. Salah satu komoditi tanaman pangan yang mengambil peran dalam pembangunan sektor pertanian ialah tanaman jagung, yang berperan penting terhadap perekonomian nasional dan sebagai kontributor utama Produk Domestik Bruto (PDB) untuk tanaman pangan sereal, oleh karena itulah dapat dipahami kebutuhan akan jagung sangatlah tinggi (Dirjen Tanaman Pangan, 2012).

Berdasarkan data BPS, kebutuhan jagung di tahun 2015 sebanyak 13,1 juta ton/tahun yaitu 8,3 juta ton di gunakan untuk industry pakan ternak dan 4,1 juta ton digunakan untuk industry pangan, sedangkan di tahun 2016 kebutuhannya sebanyak 13,8 juta ton yaitu digunakan 8,6 juta ton sebagai industry pakan ternak dan 5,2 juta ton untuk industry pangan. Adanya pertumbuhan permintaan yang lebih tinggi terhadap produksi jagung dan permintaan terhadap komoditas jagung dari tahun ke tahun semakin meningkat. Namun, hingga saat ini masih banyak kendala yang dialami dalam peningkatan produktivitas jagung, mulai dari luas lahan, efisiensi produksi, penguatan kelembagaan petani, peningkatan kualitas produk, peningkatan nilai tambah, perbaikan akses pasar, sistem modal, serta pengaturan tataniaga dan insentif usaha. Menurut Sastraatmaja dalam Zulyta (2014), apabila peningkatan produksi tidak diikuti dengan sistem tataniaga yang baik maka tidak mungkin akan meningkatkan pendapatan petani. Oleh sebab itu baik atau buruknya sistem tataniaga sangat menentukan tinggi atau rendahnya pendapatan petani.

Kebijakan Pemerintah Kabupaten Pasaman yang menitik beratkan pembangunan pada sektor pertanian, selaras dengan Visi dari Kabupaten Pasaman bahwasannya pembangunan bertumpu pada keunggulan di bidang yang utama yaitu pertanian. Strategi dan kebijakan pembangunan khususnya sektor pertanian diarahkan untuk meningkatkan dan tercukupinya pangan serta pendapatan petani dan kesejahteraan masyarakat dalam upaya meningkatkan stabilitas pangan yang mantap dan berkelanjutan (Restra Kab. Pasaman, 2011). Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, permintaan jagung dari tahun ketahun juga mengalami peningkatan. Permintaan jagung yang meningkat ini sejalan dengan berkembangnya industri pangan dan pakan ternak yang menggunakan 40- 50% jagung sebagai bahan baku utamanya. Beberapa tahun terakhir proporsi penggunaan jagung oleh industri pakan telah mencapai 50% dari total kebutuhan nasional. Pada tahun 2020 penggunaan jagung untuk pakan diperkirakan terus meningkat lebih dari 60% dari total kebutuhan nasional (Badan Litbang Pertanian, 2006).

Berdasarkan semua potensi tersebut di atas, maka Kabupaten Pasaman berpeluang untuk memenuhi kebutuhan jagung di pasar domestik maupun pasar nasional. Apabila potensi ini terus dikembangkan, maka akan bermanfaat bagi

pembangunan pertanian di Kabupaten Pasaman. Salah satu faktor penting dalam pengembangan hasil-hasil pertanian, termasuk jagung adalah tataniaga. Potensi pemasaran jagung terus mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari semakin berkembangnya industri peternakan yang pada akhirnya meningkatkan permintaan jagung sebagai campuran bahan pakan ternak. Jagung sebagai salah satu komoditas pangan, maka dinamika harganya tidak terlepas dari arah kebijakan perdagangan, pasar komoditas pangan dunia, stabilitas harga dan fluktuasi nilai tukar. Akumulasi perubahan dari berbagai aspek tersebut secara simultan akan mempengaruhi dinamika harga komoditas jagung domestik. Tataniaga merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat pendapatan petani dari semua penjualan produksi usahataniannya. Tataniaga atau pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya lembaga pemasaran.

Berkaitan dengan jagung sebagai pakan ternak maka tidak terlepas dari tataniaga. Tataniaga merupakan suatu usaha untuk mewujudkan, mempromosikan, serta menyerahkan barang dan jasa ke konsumen akhir atau suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan adanya saluran tataniaga yang akan menyampaikan barang dari produsen kepada konsumen yang akan melibatkan lembaga-lembaga tataniaga seperti : agen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan lain-lain (Kotler, 2003). Tataniaga merupakan bagian yang penting dalam ilmu ekonomi pertanian dimana ekonomi pertanian adalah mempelajari perilaku dan upaya manusia yang langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan produksi, pemasaran, dan konsumsi hasil-hasil pertanian. Analisa tataniaga perlu dalam ilmu ekonomi pertanian karena tataniaga menciptakan produk yang seefisien mungkin dan merekonstruksi sistem produksi pertanian secara komprehensif.

Tataniaga jika ditinjau dari aspek ekonomi dikatakan sebagai kegiatan produktif karena mampu meningkatkan guna tempat, guna bentuk dan guna waktu. Dalam menciptakan guna tempat, guna bentuk dan guna waktu ini diperlukan biaya tataniaga untuk melakukan fungsi-fungsi tataniaga oleh lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses tataniaga dari produsen sampai kepada konsumen akhir.

Pengukuran tataniaga ini memerlukan ukuran efisiensi tataniaga (Sudiyono, 2004). Peranan lembaga tataniaga ini sangat penting terutama untuk sentra produksi yang berada relative jauh dari tempat konsumen yang tersebar dimana-mana. Untuk itu diperlukan adanya koordinasi pelaksanaan fungsi-fungsi sehingga tercapai efisiensi tataniaga. Rantai atau saluran tataniaga yang terjadi dalam suatu pemasaran bermacam-macam, ada yang melalui beberapa perantara (saluran panjang) dan ada yang langsung (saluran pendek). Panjangnya saluran tataniaga mengakibatkan margin tataniaga yang diterima produsen terhadap harga yang dibayar konsumen akhir menjadi besar. Sementara konsumen membayar lebih mahal dari harga yang seharusnya ditawarkan. Besarnya selisih harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar konsumen menunjukkan adanya margin tataniaga yang besar antara produsen dengan konsumen. Perhitungan margin tataniaga ini mencakup semua biaya tataniaga dan bagian yang diperoleh oleh masing-masing lembaga niaga dalam melakukan aktivitas tataniaga.

Menurut Said dan Intan (2004), sistem pemasaran pertanian merupakan suatu kesatuan urutan lembaga-lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran produk pertanian dari produsen awal ke tangan konsumen akhir. Sistem pemasaran yang baik diharapkan akan menciptakan efisiensi pemasaran. Kegiatan tataniaga merupakan kegiatan yang mempunyai arti penting bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani di daerah tersebut. Motivasi petani dalam usahanya untuk meningkatkan produksi sangat dipengaruhi oleh keberhasilan tataniaganya (Mubyarto, 1989 dalam Andriko, 1998). Saluran yang dilalui jagung sebagai pakan ternak dari pihak produsen menuju pedagang tidak berbeda dengan hasil-hasil pertanian lainnya yang berasal dari produsen yang kecil sifatnya (*small-holders*). Banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil pertanian akan mempengaruhi Panjang pendeknya rantai pemasaran dan besarnya biaya pemasaran (Rismunandar, 1990).

Menurut Mubyarto (1989) di dalam Usman (2010) menyatakan mengenai efisiensi pemasaran, dimana efisiensi pemasaran itu tercapai bila mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut. Tidak semua konsumen bisa mendapatkan jagung

sebagai pakan ternak secara langsung, untuk itu agar penyampaian dari produsen ke konsumen dapat tercapai dibutuhkan tataniaga. Tiga komponen utama yang mendukung tataniaga 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). Tataniaga yang baik adalah tataniaga yang efisien. Menurut Hamid (1994), efisiensi tataniaga sangat penting agar masing-masing lembaga mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan apa yang telah mereka keluarkan. Dengan efisiensi tataniaga kita dapat melihat apakah lembaga-lembaga tataniaga telah mendapatkan keuntungan yang sebanding dengan output yang dikeluarkannya sehingga tidak terjadi kesenjangan keuntungan yang diperoleh.

Untuk hasil-hasil produk pertanian dibutuhkan peran dari tataniaga, dimana tataniaga merupakan suatu aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aliran barang dan jasa dari titik produksi sampai ke titik konsumen. Oleh karena itu peran tataniaga untuk hasil pertanian diperlukan agar dapat membantu memperlancar proses pemasaran produk dari tersedianya produk, distribusi produk, hingga pemasaran hasil produk pertanian. Sebagai proses produksi yang komersial, maka pemasaran atau tataniaga merupakan syarat mutlak yang diperlukan dalam pembangunan pertanian. Pemasaran pertanian dapat menciptakan nilai tambah melalui nilai guna tempat, guna bentuk dan guna waktu. Dengan demikian, pemasaran dianggap memberikan nilai tambah yang dapat dianggap sebagai kegiatan produktif.

B. Perumusan Masalah

Provinsi Sumatera Barat merupakan provinsi penghasil jagung sebagai pakan ternak dan merupakan sentra jagung untuk wilayah Sumatera, setelah provinsi Lampung dan Sumatera Utara dapat dilihat pada (lampiran 1). Pasar jagung domestik sendiri masih terbuka lebar, mengingat produksi jagung Indonesia belum mampu memenuhi kebutuhan permintaan dalam negeri (Badan Litbang Pertanian, 2006). Kedudukan jagung yang strategis tersebut melandasi pemerintah, khususnya pemerintah Sumatera Barat untuk terus mengupayakan peningkatan produksi jagung dalam negeri. Berbagai usaha dilakukan pemerintah dalam rangka memenuhi kebutuhan jagung nasional baik melalui pendekatan intensifikasi

(perbaikan teknik budidaya dan penggunaan benih unggul untuk meningkatkan produktivitasnya) maupun ekstensifikasi (perluasan areal penanaman). Hal tersebut dapat terlihat dari luas panen dan produksi jagung di Sumatera Barat dalam 5 tahun terakhir ini mengalami peningkatan, dimana untuk tahun 2010 luas panen 59.801 Ha dan produksinya sebanyak 354.262 Ton sedangkan di tahun 2014 luas panen 93.097 Ha dan produksi 605.352 Ton (BPS Sumbar, 2015). Lebih jelas produksi jagung di Sumatera Barat berdasarkan kabupaten/kota pada tahun 2014 dapat dilihat pada (lampiran 2).

Salah satu daerah yang merespon kebijakan pemerintah tersebut yaitu Kabupaten Pasaman sebagai salah satu sentra produksi jagung di Sumatera Barat yang ikut serta dalam mengambil peluang pasar. Kabupaten Pasaman ditetapkan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat sebagai kabupaten penyangga tanaman jagung melalui SK Gubernur Nomor : 521.305.2013 tentang penetapan kawasan pertanian tanaman pangan dan hortikultura. Pasalnya, Kabupaten Pasaman dinilai sebagai daerah potensial untuk pengembangan tanaman jagung. Dengan potensi itu, Kabupaten Pasaman sejak tahun 2013 telah ditetapkan sebagai kawasan jagung di Sumbar. Hal ini terbukti dari potensi tanaman jagung dimana produksinya dalam kurun 5 tahun terakhir ini mengalami peningkatan, produksi pada tahun 2009 sebanyak 6.412 Ton dan di tahun 2013 produksinya mencapai 16.180 Ton (BPS Pasaman, 2014). Kecamatan Tigo Nagari merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Pasaman, yang mata pencaharian masyarakatnya berasal dari kegiatan usahatani. Kecamatan Tigo Nagari terkenal dengan kegiatan pertanian, dalam subsektor tanaman pangan terdapat usaha berupa tanaman padi dan palawija. Salah satu tanaman palawija yang banyak dihasilkan di Kecamatan Tigo Nagari khususnya Nagari Malampah yaitu jagung. Di Nagari Malampah, jagung merupakan komoditi pertanian yang menjadi komoditi unggulan daerah, dan paling banyak diusahakan oleh masyarakat di Malampah. Nagari Malampah sendiri sebagai sentra jagung terbesar yang berada di Kecamatan Tigo Nagari, dimana produksi jagung yang dihasilkan di Nagari Malampah dari tahun ke tahunnya terus mengalami peningkatan (Lampiran 4). Nagari Malampah memiliki potensi dalam mengembangkan usaha tani jagung, hal itu terlihat dari produktivitas jagung di Nagari Malampah yang terus mengalami peningkatan dan merupakan nagari

dengan tingkat produktivitas tertinggi (Lampiran 4). Sedangkan produksi jagung terbanyak di Kabupaten Pasaman pada tahun 2013 terdapat pada kecamatan tigo nagari yang merupakan sentra jagung berada di malampah, dapat di lihat pada lampiran 3. Berhasil atau tidaknya usaha sangat tergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia.

Pemasaran atau tataniaga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usahatani. Berdasarkan hasil survei pendahuluan, di Nagari Malampah masih belum ada tempat pengolahan bagi produksi akhir pada tanaman jagung tersebut. Petani hanya menjual langsung jagung yang telah di panen tersebut kepada tengkulak, dalam bentuk tongkol. Sebagian besar komoditi pertanian bersifat *perishable* atau mudah rusak/busuk, begitu halnya dengan jagung. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir resiko tersebut diperlukan adanya pemasaran atau pendistribusian yang cepat, karena jagung pada umumnya tidak tahan lama dan mudah berjamur jika tidak disimpan pada tempat yang ideal. Distribusi jagung pada umumnya tidak selalu dapat dilakukan oleh petani secara langsung kepada konsumen, melainkan dengan melibatkan pihak-pihak atau lembaga tataniaga untuk ikut serta dalam melakukan fungsi tataniaga. Untuk tataniaga lebih banyak ditentukan oleh peranan lembaga tataniaga. Lembaga tataniaga yang berperan diantaranya adalah, pedagang pengumpul dan pengecer. Lembaga tataniaga tersebut berfungsi untuk membentuk pola jalur saluran tataniaga jagung.

Menurut Fagi et al (2005), harga jagung saat ini sudah ditentukan sepenuhnya oleh mekanisme pasar semenjak semakin terbukanya pasar jagung terhadap pasar internasional sehingga harga jagung dalam negeri juga dipengaruhi oleh harga jagung dunia dan nilai tukar mata uang. Walaupun terjadi peningkatan produktivitas di Nagari Malampah, namun harga yang diterima petani pada setiap tahunnya tidak menentu. Harga jagung tersebut dari tahun ke tahunnya berfluktuatif, sehingga pendapatan yang di peroleh oleh petani tidak terlalu tinggi atau kadang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh para petani. Harga yang berfluktuasi menjadi salah satu kendala bagi petani untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Apalagi ketika panen raya tiba, harga bisa anjlok, sebab sesuai dengan mekanisme hukum permintaan dan penawaran, jumlah suplai meningkat

dan permintaan cenderung tetap, sehingga harga jual menurun. Selain itu harga yang berfluktuasi menyebabkan petani tidak bisa memperkirakan harga jual ketika musim panen tiba. Keadaan ini mampu dimanfaatkan oleh para pedagang karena mudahnya akses dalam memperoleh informasi pasar. Jika dibandingkan dengan pedagang, petani lebih sulit memperoleh arus informasi karena keterbatasan akses kepada sumber informasi seperti kurangnya modal, pengetahuan yang minim mengenai cara memperoleh informasi, dan jauhnya jarak terhadap sumber informasi sehingga informasi yang diterima menjadi tidak sempurna dan menyebabkan petani memiliki kelemahan dalam posisi tawarnya yang menyebabkan peran pedagang menjadi semakin dominan. Harga jagung yang fluktuatif dan tidak bisa diperkirakan menunjukkan terdapatnya permasalahan pada tataniaga jagung di Malampah.

Selain masalah harga, posisi tawar petani lemah, masalah modal dan permasalahan dalam fungsi tataniaga juga dihadapi oleh petani di Nagari Malampah seperti pembiayaan (kurangnya modal petani), Penanggungan resiko yang lebih di bebankan ke petani ketika petani menjual jagungnya ke pedagang (ketika jagung melimpah atau panen raya), kualitas dari jagung (jumlah, bentuk dan mutunya yang belum dapat memenuhi standarisasi dan grading) sehingga untuk melakukan penjualan jagung yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen dan jagung yang akan di beli pedagang belum sesuai dengan permintaan pasar. Disebabkan masih lemahnya pengetahuan, keterampilan dan skill petani tentang usaha tani jagung sehingga para petani hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan dan belum berorientasi ke pasar. Permasalahan seperti pengolahan dan pengangkutan juga menjadi kendala bagi petani di Malampah, jika petani memiliki alat sendiri untuk melakukan pengolahan jagungnya serta memiliki kendaraan sendiri untuk pengangkutan menjual hasil usaha taninya tentunya akan lebih meningkatkan pendapatan para petani di Malampah.

Permasalahan diatas umumnya banyak dihadapi oleh sebagian besar petani di Nagari Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman, selain itu sejauh mana fungsi tataniaga di Malampah berfungsi juga mempengaruhi besar kecilnya pendapatan petani. Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka perlu dilakukan kajian, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang terjadi, antara lain :

1. Bagaimana saluran tataniaga dan fungsi tataniaga jagung yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat dalam pemasaran jagung dari petani di Nagari Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman?
2. Berapakah margin tataniaga jagung serta bagian yang diterima oleh lembaga tataniaga yang terlibat dan efisiensi saluran tataniaga?

Berdasarkan permasalahan di atas dan untuk menjawab pertanyaan tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Tataniaga Jagung Sebagai Pakan Ternak di Nagari Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman**”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu :

1. Mendeskripsikan saluran tataniaga jagung serta fungsi tataniaga jagung yang dilakukan oleh setiap lembaga tataniaga jagung yang terlibat dalam pemasaran jagung dari petani di Nagari Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman.
2. Menganalisis margin tataniaga jagung serta bagian yang diterima oleh lembaga tataniaga yang terlibat dan efisiensi saluran tataniaga.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini berguna dan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak terkait diantaranya:

1. Bagi petani, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pentingnya pemasaran dan saluran tataniaga yang lebih efisien sehingga dapat bermanfaat bagi petani.
2. Bagi pihak lain, diharapkan penelitian ini berguna sebagai tambahan referensi dalam upaya penyempurnaan mengenai masalah penelitian dan memberikan manfaat bagi pengembangan hasanah ilmu pengetahuan.
3. Pemerintah Daerah dan stakeholder, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam memutuskan kebijakan yang berhubungan dengan tataniaga jagung, terutama kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan petani. Bagi

lembaga pemasaran, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang saluran pemasaran yang paling efisien sehingga dapat bermanfaat bagi masing-masing lembaga pemasaran.

E. Batasan Penelitian

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, ketersediaan data, serta kemampuan dalam melakukan penelitian, maka ruang lingkup batasan penelitian ini terbatas pada :

1. Penelitian ini hanya membatasi dalam mendeskripsikan saluran tataniaga jagung serta fungsi tataniaga jagung yang dilakukan oleh lembaga tataniaga jagung yang terlibat dalam pemasaran jagung dari petani di Nagari Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman hanya sampai pedagang, Menganalisis margin tataniaga jagung serta bagian yang diterima oleh lembaga tataniaga yang terlibat dan efisiensi saluran tataniaga. Saluran pemasaran tidak sampai pada produk hilir jagung, tetapi dibatasi hanya sampai produk jagung pipilan dan dibatasi hanya melihat sampai ke pedagang saja tidak sampai kepada konsumen.
2. Ruang lingkup penelitian di batasi hanya kegunaan jagung sebagai pakan ternak, petani yang mengusahakan lahannya khusus hanya untuk tanaman jagung saja, data dibatasi hanya untuk satu musim (sekali panen), pemasaran jagung di batasi hanya petani yang menjual jagung ke payakumbuh dan padang saja.