

**ANALISIS PEMASARAN AGRIBISNIS  
JAGUNG DI KABUPATEN HUMBANG  
HASUNDUTAN SUMATERA UTARA**

**T E S I S**



Oleh :

Marion Sibarani

NPM :061802026

**PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS  
PASCA SARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2008**

UNIVERSITAS MEDAN AREA



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian dan penyusunan tesis ini.

Penyusunan tesis ini adalah merupakan salah satu syarat akhir dalam program Pasca Sarjana Magister Manajemen Agribisnis Universitas Medan Area yang mana pelaksanaannya penulis melakukan penelitian pemasaran jagung di kabupaten Humbang Hasundutan dengan maksud menganalisa bentuk dan pola saluran tataniaga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran di daerah penelitian serta menganalisa besar biaya pemasaran, margin pemasaran, price spread dan shared margin dalam tiap saluran pemasaran.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan upaya para dosen pengajar di perkuliahan Magister Manajemen Agribisnis Program Pasca Sarjana Universitas Medan Area, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Heri Kusmanto, MA, Direktur Program Pasca Sarjana yang telah membimbing mahasiswa/i untuk penyelesaian tesis ini.
2. Ir. Abdul Rahman, MS, selaku pembimbing atas bimbingan, arahan dan koreksi dalam penulisan dan penyelesaian tesis ini.
3. Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS, Ketua Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Pasca Sarjana Universitas Medan Area, yang telah memberi bimbingan, arahan dalam penulisan dan penyelesaian tesis ini.
4. Seluruh staf pengajar dan pegawai pada Program Pasca Sarjana Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis selama kuliah di Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Pasca Sarjana Universitas Medan Area.
5. Suami tercinta, Maramis Sitinjak, SE serta putra-putri : Uly Theresia Sitinjak, SE, Ellisa Clara Sitinjak, Amd, Resa Anna Sitinjak, Hendrikus Hasiholan Sitinjak yang telah memberikan dorongan dan motivasi sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

6. Ir. Batahan Pangaribuan, selaku Kepala Dinas Pertanian Humbang Hasundutan yang telah memberikan izin dan bantuan moril untuk penyelesaian studi dan tesis ini.
7. Jajaran Pegawai di lingkungan Dinas Pertanian dan tenaga-tenaga PPL, yang membantu penulis dalam pengambilan data pada dinas pertanian dan petani-petani jagung.
8. Teman-teman angkatan Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Pasca Sarjana Universitas Medan Area dan kepada semua pihak yang telah membantu sampai selesainya penulisan tesis ini.

Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembangunan pertanian khususnya jagung di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Medan, Mei 2008

Penulis

## **RINGKASAN**

Dra. Marion Sibarani (NIM 061802026) dengan judul tesis ANALISIS PEMASARAN AGRIBISNIS JAGUNG DI KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN SUMATERA UTARA (Studi Kasus di Kabupaten Humbang Hasundutan). Penelitian dibimbing oleh Bapak Ir. Abdul Rahman, MS dan Drs. H. Miftahuddin, MBA.

Pelaksanaan penelitian terhadap pemasaran Agribisnis Jagung di Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara, yang menggunakan metode survey yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan objek penelitian. Metode analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif, pendekatan kuantitatif dan analisis statistik. Data-data yang diperoleh ditabulasikan dalam bentuk tabel dan gambar yang selanjutnya dianalisis sesuai dengan hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa status kepemilikan pertanian jagung di Kabupaten Humbang Hasundutan 100% adalah milik sendiri.

Di Kabupaten Humbang Hasundutan pertanian jagung masih merupakan usaha petani yang berskala kecil, karena luas lahan jagung petani berkisar dari 0,1 ha – 1 ha.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa pemasaran agribisnis jagung melalui pedagang pengumpul kecamatan, pengumpul kabupaten (pedagang besar) dan pengolah (pabrik) pakan ternak. Saluran pemasaran tersebut terdapat di tiga kecamatan yaitu kecamatan Dolok Sanggul, Kecamatan Lintong ni Huta, Kecamatan Paranginan.

Kuisioner petani jagung yang digunakan adalah : 7 Petani di kecamatan Dolok Sanggul, 7 petani di kecamatan Lintong ni Huta, 7 petani di kecamatan Paranginan, 3 pedagang pengumpul di kecamatan Dolok Sanggul, 3 pedagang pengumpul di kecamatan Lintong ni Huta, 4 pedagang besar (pedagang pengumpul Kabupaten dan 4 pengusaha pakan ternak di kabupaten.

Semua lembaga pemasaran yang terlibat di dalam pemasaran agribisnis jagung di lokasi penelitian mendapat keuntungan pedagang pengumpul kecamatan memperoleh keuntungan Rp.500,.

Pedagang pengumpul kabupaten memperoleh keuntungan Rp. 400,-, pakan ternak memperoleh keuntungan Rp.1000,-

Pendapatan petani, pedagang pengumpul, pedagang pengumpul kabupaten dan pengusaha ternak dari tanaman jagung dapat dikatakan belum menggembirakan karena keuntungan yang sangat kecil dari masing-masing saluran tata niaga.

Diharapkan dalam 2 sampai 3 tahun ke depan, keuntungan dari para lembaga tataniaga tanaman jagung akan semakin meningkat dengan otonomi yang diresmikan sehingga tanaman jagung menjadi diperhitungkan sebagai sumber pendapatan.



# DAFTAR ISI

Halaman

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Hipotesis .....	10
1.6 Kerangka Pemikiran.....	11
<b>BAB TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	17
2.2 Strategi Pemasaran .....	21
2.3 Bauran Pemasaran .....	23
2.4 Margin Pemasaran .....	24
2.5 Saluran Pemasaran .....	24
2.6 Efisiensi Pemasaran .....	28



2.7 Metode Penetapan Harga .....	32
2.8 Biaya dan Marjin Pemasaran .....	37
2.9. Gambaran Umum Potensi Jagung di SUMUT .....	39

### **BAB III LOKASI WAKTU PENELITIAN**

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	43
3.2 Metode Pengambilan sample .....	43
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.4 Metode Analisis .....	45

### **BAB IV KEADAAN UMUM KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN**

4.1 Keadaan Geografis Kabupaten Humbang Hasundutan .....	48
4.2 Potensi Daerah Kabupaten Humbang Hasundutan .....	57
4.2.1 Tanaman Bahan Makanan .....	57
4.2.2 Perkebunan .....	58
4.2.3 Peternakan .....	58
4.2.4 Perikanan .....	59
4.2.5 Kehutanan .....	59
4.2.6 Perdagangan .....	60
4.2.7 Pariwisata .....	61

### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Saluran Pemasaran jangung di Kab. Humbang Hasundutan .....	65
5.2 Analisis Biaya Pemasaran dan Profi Margin .....	66

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Jagung adalah tanaman berumur pendek (annual crops) yang mudah tumbuh dan mempunyai banyak varietas. Tanaman ini juga tahan kekeringan sehingga cukup sesuai di berbagai jenis tanah dan iklim. Itulah sebabnya jagung terdapat hampir di seluruh kabupaten di Sumatera Utara dan sering ditanam dalam berbagai pola rotasi atau sebagai tanaman tumpang sari. Selain itu dengan adanya bibit-bibit unggul terutama hibrida, yang berpotensi berproduktivitas tinggi, maka produksi jagung di Sumatera Utara dapat ditingkatkan dengan cukup mudah.

Komoditi jagung adalah komoditi yang *multipurpose* yang mempunyai banyak produksi turunan apabila diolah sebagai pakan ternak, tepung jagung (maizena), minyak jagung, gula jagung ethanol (bahan trio-fuel) dan lain-lain. Karena banyaknya penggunaannya, baik sebagai pakan ternak, pangan manusia dan bahkan sebagai bahan bakar,

sehingga membuat permintaan dunia akan jagung juga meningkat pesat.

Dengan adanya potensi besar dari segi peningkatan supply dan potensi besar dari permintaan dunia, maka diperkirakan terdapat peluang besar untuk mengembangkan agribisnis jagung di Sumatera Utara.

Seiring dengan adanya peningkatan jumlah penduduk pada setiap tahunnya, akan menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan bahan pangan, untuk itu diperlukan adanya upaya-upaya dalam meningkatkan produksi tanaman pangan serta mencari bahan pangan alternative, salah satunya komoditas yang dapat dijadikan sebagai bahan pangan alternative adalah jagung karena kandungan gizi yang dimilikinya tidak jauh berbeda dengan kandungan gizi dalam beras.

Selain sebagai bahan pangan alternative, jagung juga merupakan bahan baku industri serta bahan pakan ternak. Sehingga keberadaannya tidak dapat diabaikan begitu saja karena sumbangan yang diberikannya sangat besar dalam meningkatkan pendapatan petani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzaini, Z 1982 *Pengantar Tatanaiga Pertanian*, Bahan Kuliah Jurusan Sosek Pertanian, IPB Kabupaten.
- AEKI, 1999, *warta AEKI No.82 – April 1999*, Secretariat Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Humbang Hasundutan.
- Dahl. D.C and J.W. Hammond 1997. *Market and Price Analisis*, Mc.Grow Hill Inc. United States.
- Effendi, Irzal 2006. *Manajemen Agribisnis Pertanian*, Penebar Swadaya.
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran*, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta, 1993.
- Kantor Statistik Sumatera Utara, *Sumatera Utara dalam Angka, 2004*.
- Limbong dan Sitorus, 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*, Edisi Kedua Institut Pertanian Kabupaten-kabupaten.
- Limbong, W. H. dan P. Sitorus, 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian, Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Mc. Carthy and Perreult. 1993. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.
- Mubyarto, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, LP3ES, Jakarta, 1987.
- Rahardi, Firman 2005, *Agribisnis Pertanian*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Soekartawi, (a), *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1993.
- Soekartawi, (b), *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*, Rajawali Press, Jakarta, 1993.
- Soekartawi, 1989, *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*, Rajawali Press, Jakarta.

Sumardjo, Jaka Sulaksana, dan Wahyu AD, 2004, *Teori dan Praktek Kemitraan Agribisnis*, Penebar Swadaya Jakarta.

Swastha, Bronkus dan Suykotjo, 1996. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.

Swastha, B. 1997 *Saluran Pemasaran*, BPFE, Surabaya.