



**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN
JAGUNG DI DESA CAMPA KECAMATAN MADAPANGGA
KABUPATEN BIMA**

SKRIPSI

Oleh :

APRIATININGSIH

218.01.032.104



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2022

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN
JAGUNG DI DESA CAMPA KECAMATAN MADAPANGGA
KABUPATEN BIMA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Strata Satu (S-1)

Oleh :

APRIATININGSIH

218.01.032.104



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2022

Abstract

Corn is one of the main commodities of food crops, which has a strategic role in agricultural development and the national economy. This commodity has a multipurpose function, both for direct consumption and as the main raw material for the feed industry and food industry. The objectives of this study are 1) to determine the efficiency of corn farming. 2) to find out the marketing channel of corn. 3) to determine the efficiency of corn marketing in the research area. The data analysis method used in this study is descriptive and quantitative analysis, with sampling using the Random Sampling method or simple random. In this study there were 33 farmers. Meanwhile, in determining the marketing agency respondents, it is done by snow ball sampling method. The results showed that the R/C Ratio value was 2.98, therefore the corn farming carried out in the research area was said to be feasible to develop because the R/C Ratio value ≥ 1 , meaning that for every Rp. 1, the costs incurred resulted in an income of Rp. . 2.98. The R/C Ratio explains that corn farming can be said to be efficient. Marketing channel I is more efficient than marketing channel II. The results of the analysis of the elasticity of price transmission show that the marketing of corn in the research area is not yet efficient where the value of the elasticity of price transmission is 0.1% ($E_t < 1$).

Keyword: *Corn Farming, Marketing Channels, Efficiency*

Abstract

Jagung merupakan salah satu komoditas utama tanaman pangan, yang mempunyai peranan strategis dalam pembangunan pertanian dan perekonomian nasional. Komoditas ini mempunyai fungsi multiguna, baik untuk konsumsi langsung maupun sebagai bahan baku utama industri pakan dan industri pangan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui efisiensi usahatani jagung. 2) untuk mengetahui saluran pemasaran jagung. 3) untuk mengetahui efisiensi pemasaran jagung di daerah penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif, dengan Pengambilan sampel menggunakan metode *Random Sampling* atau acak sederhana. Dalam penelitian ini terdapat 33 petani. Sedangkan dalam menentukan reponden lembaga pemasaran dilakukan dengan metode *snow ball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R/C Ratio sebesar 2,98, oleh karena itu usahatani jagung yang dilakukan di daerah penelitian sudah dikatakan layak untuk dikembangkan karena nilai R/C Ratio ≥ 1 , artinya setiap Rp 1, biaya yang dikeluarkan menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 2,98. R/C Ratio menjelaskan bahwa usahatani jagung bisa dikatakan efisien. Saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran II. Hasil analisis elastisitas transmisi harga menunjukkan bahwa pemasaran jagung di daerah penelitian belum efisien dimana nilai elastisitas transmisi harga sebesar 0,1% ($E_t < 1$).

Kata Kunci : Usahatani Jagung, Saluran Pemasaran, Efisiensi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jagung merupakan salah satu komoditas utama tanaman pangan, yang mempunyai peranan strategis dalam pembangunan pertanian dan perekonomian nasional. Komoditas ini mempunyai fungsi multiguna, baik untuk konsumsi langsung maupun sebagai bahan baku utama industri pakan dan industri pangan. Peranan komoditi jagung terhadap perekonomian nasional telah menempatkan jagung sebagai kontributor terbesar kedua terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) setelah padi dalam subsektor tanaman pangan (Perkasa Sidabutar and Yusri 2012).

Jagung merupakan salah satu komoditas dari subsektor tanaman pangan yang memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Peranan jagung dalam subsektor tanaman pangan telah terbukti memberikan andil yang cukup besar terhadap ketahanan pangan dan juga terhadap perekonomian Indonesia. Dalam krisis ekonomi global 1997 dan 2008, komoditas jagung telah menunjukkan ketangguhannya dan tetap tumbuh dengan angka positif dan menjadi penggerak bagi pertumbuhan industri hulu dan pendorong pertumbuhan industri hilir yang mempunyai kontribusi yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Nurwahidah 2018).

Selain untuk pengadaan pangan dan pakan, jagung juga banyak digunakan industri makanan, minuman, kimia, dan farmasi. Berdasarkan komposisi kimia dan kandungan nutrisi, jagung mempunyai prospek sebagai pangan dan bahan baku industri. Pemanfaatan jagung sebagai bahan baku

industri akan memberi nilai tambah bagi usahatani komoditas tersebut. Jagung dapat pula diproses menjadi minyak goreng, margarin, dan formula makanan. Pati jagung dapat digunakan sebagai bahan baku industri farmasi dan makanan seperti es krim, kue, dan minuman (Fatmawati and Zulham 2019).

Saat ini jagung tidak hanya dimanfaatkan sebagai bahan pangan (*Food*), akan tetapi jagung dapat digunakan sebagai pakan ternak (*Feed*) ataupun sebagai bahan bakar (*Fuel*). Jumlah di setiap produksi jagung biasanya mengalami fluktuasi dan itu sangat berpengaruh terhadap penawaran dan permintaan yang selalu berubah-ubah. Tingginya permintaan jagung di pasar domestik memberikan peluang bagi Indonesia untuk menyeimbangkan antara jumlah penawaran dan permintaan jagung. Kemudian cara yang dapat mewujudkan untuk keseimbangan penawaran dan permintaan yaitu dengan cara memproduksi jagung sendiri di dalam negeri dengan menggunakan sumber daya domestik atau melakukan import jagung kepada negara luar (Maharani, et al, 2014).

Komoditas jagung mempunyai peranan yang strategis dan ekonomis, dimana kebutuhan jagung terus meningkat sepanjang tahun. Pada tahun 2020, permintaan jagung di negara sedang berkembang diperkirakan akan melebihi permintaan beras dan gandum. Permintaan jagung dunia diperkirakan meningkat sebesar 50 %, yakni dari 558 juta ton pada tahun 1995 menjadi 837 juta ton pada tahun 2020. Pesatnya permintaan jagung tersebut dikarenakan meningkatnya pertumbuhan usaha peternakan, terutama unggas dan babi. Peningkatan permintaan jagung terutama sangat nyata bagi negara

di Asia Timur dan Asia Tenggara, yang diproyeksikan meningkat dari 150 juta ton pada tahun 1995 menjadi 289 juta ton pada tahun 2020, atau terjadi peningkatan sebesar 86,7%. Permintaan ini akan semakin meningkat dengan semakin beragamnya pemanfaatan jagung untuk usaha industri antara lain untuk bahan baku etanol (Dirjen Tanaman Pangan 2011).

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).

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha pertanian karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh berbagai perantara dengan berbagai macam cara untuk menyampaikan hasil produksi (Wowiling, et. al, 2019).

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 (Sudiyono 2004).

Peningkatan produksi pertanian akan berpengaruh pada petani. Peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani, sering dihadapkan pada permasalahan pengetahuan petani yang masih relatif rendah, keterbatasan modal, lahan garapan yang sempit serta kurangnya keterampilan petani yang nantinya akan berpengaruh pada penerimaan petani (Antara 2012).

Sektor pertanian merupakan sumber mata pencaharian mayoritas penduduk di Indonesia. Fakta yang terjadi bahwa sebagian besar lahan dipergunakan sebagai lahan pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor primer yang mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat atau rumah tangga tani karena kontribusi pertanian yang secara langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, dalam hal ini juga bergantung pada pendapatan usahatani yang diperoleh oleh sektor pertanian itu sendiri. Pertanian sebagai sumber kehidupan manusia dapat dipelajari dari berbagai sudut antara lain, sudut teknis, teknologis, biologis, sosiologis, paedagogis, ekonomis, yuridis, dan politis. Namun, ada kalanya hasil pembahasan dari berbagai macam sudut pandang tersebut berlawanan satu sama lain, misalnya;

politik harga hasil bumi (beras) yang tinggi lebih banyak mendatangkan keuangan kepada produsen daripada konsumen, produksi kotor (bruto) yang tinggi lebih banyak menguntungkan masyarakat daripada produsen (petani) sedangkan produsen lebih tertolong dengan hasil bersih (netto) yang tinggi (Suratiyah 2006).

Pengembangan agribisnis jagung merupakan suatu program akselerasi pengembangan komoditas unggulan daerah NTB, yang dirancang sebagai suatu upaya terobosan yang diyakini mampu memberikan kontribusi yang tinggi pada peningkatan pendapatan masyarakat khususnya pelaku agribisnis jagung dari hulu sampai hilir, menampung tenaga kerja yang cukup besar serta mendorong bergeraknya perekonomian masyarakat pedesaan. Jagung salah satu komoditas unggulan di daerah NTB merupakan pilihan yang sangat tepat karena tanaman jagung sudah dikenal luas dimasyarakat, mudah dibudidayakan, sedikit membutuhkan air, aman dari serangan pengganggu, potensi pengembangan lahan tersedia dan permintaan pasar terus meningkat baik untuk pakan, pangan dan bahan baku industri. Di Indonesia jagung dapat dibudidayakan pada lingkungan yang beragam, seperti lahan lahan kering, lahan tadah hujan, lahan pasang surut, dan lahan gambut. Hasil studi menunjukkan bahwa sekitar 79% areal tanaman jagung terdapat pada lahan kering, sisanya berturut 11% dan 10% terdapat pada lahan sawah irigasi dan sawah tadah hujan (Dirjen Tanaman Pangan, 2011).

Menurut Tangendjaya, et.al. (2005) bahwa Indonesia dalam sepuluh tahun kedepan akan menghadapi permintaan jagung yang relatif besar untuk kebutuhan jagung dalam negeri, terutama untuk bahan baku industri pakan

yang semakin meningkat. Permasalahan besar adalah teknologi dan agribisnis jagung di Indonesia masih jauh dari harapan untuk dapat mendukung permintaan tersebut. Jika teknologi dan agribisnis tetap bertahan seperti sekarang maka diperkirakan Indonesia akan mengimpor jagung yang cukup besar pada sepuluh tahun mendatang. Solusi atas hal ini, adalah melalui pemacuan sistem agribisnis jagung nasional agar menjadi lebih maju dengan perbaikan manajemen lahan, ukuran usaha yang lebih rasional dan penggunaan teknologi produksi secara intensif.

Jagung di NTB, merupakan salah satu komoditas unggulan yang banyak diusahakan petani dilahan kering pada musim hujan dan di lahan sawah pada musim kemarau. Lahan pertanian di Indonesia sebagian besar adalah lahan kering dengan luas lebih kurang 87,6 juta hektar (Santosa, 2007). Propinsi Nusa Tenggara Barat luas lahan kering seluas 1.807.463 hektar atau 84 persen dari total luas wilayah Nusa Tenggara barat sekitar 2.010.249.105 (Dipokusumo, et.al., 2004 dan Mansur, et.al., 2007), khusus Kecamatan Madapangga Luas lahan sawah 4 438,00 hektar yang terdiri dari lahan bukan sawah 1.675,00 hektar (tegal/kebun, ladang, perkebunan, hutan rakyat, tambak, padang penggembalaan, pekarangan yang ditanami tanaman pertanian), dan lahan bukan pertanian (rumah, bangunan, hutan Negara, rawa, (lainya jalan, sungai, danau, lahan tandus,dll) 2.763,00 hektar, sedang luas lahan sawah yaitu 270,00 hektar (BPS Kabupaten Bima, 2015).

Desa Campa merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima Nusa Tenggara Barat yang memiliki potensi lahan kering dengan kondisi wilayah yang sangat cocok untuk

pengembangan budidaya jagung dimana sebagian besar wilayahnya merupakan perbukitan/pegunungan dengan kondisi iklim agak kering. Potensi pengembangan lahan kering yang sangat luas untuk pengembangan jagung selama ini belum dikelola secara optimal, etos kerja dan motivasi petani dalam pengembangan jagung yang cukup tinggi, permintaan jagung yang terus meningkat di pasar nasional dan internasional dengan nilai ekonomi tinggi yang dapat diperoleh, dapat menjadi pendorong pengembangan agribisnis jagung di Desa Campa, Kecamatan Madapangga, Kabupaten Bima.

Pada daerah penelitian (Desa Campa) tanaman jagung juga diusahakan pada musim penghujan di daerah lahan kering dan awal musim kering di daerah lahan sawah. Usahatani jagung dilahan kering pada musim hujan umumnya sebagai bahan pangan dan pakan ternak, sedang di lahan sawah, selain sebagai bahan pangan dan pakan ternak juga sebagai diusahakan untuk hijauan pakan ternak pada musim kemarau. Dari uraian latar belakang diatas penelitian ini melakukan analisis tentang “ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN JAGUNG DI DESA CAMPA KECAMATAN MADAPANGGA KABUPTEN BIMA”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah usahatani jagung di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima efisien dalam satu kali masa tanam?

2. Bagaimana bentuk saluran pemasaran usahatani jagung di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima?
3. Apakah pemasaran jagung yang dilakukan di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima sudah efisien?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui efisiensi usahatani jagung yang dilakukan di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima.
2. Mengetahui bentuk saluran pemasaran usahatani jagung di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima.
3. Mengetahui efisiensi pemasaran jagung yang dilakukan di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima.

1.4. Batasan Penelitian

Untuk memperoleh sebuah kesimpulan yang tepat terhadap penelitian yang dilakukan, maka terdapat batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Petani yang dimaksud dalam penelitian ini adalah petani yang membudidayakan tanaman jagung.
2. Data yang digunakan adalah data yang diambil langsung dari petani yang membudidaya jagung dengan cara melakukan wawancara terstruktur berupa kuisisioner untuk data primer dan data sekunder sebagai data pendukung yang relevan dalam penelitian ini.

3. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pemasaran tanaman jagung yang di produksi oleh petani di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima dan di jual kepada pedagang pengepul.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, disamping sebagai persyaratan dalam kelulusan, penelitian ini menjadi sarana pengembangan teori, serta sebagai media untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama proses perkuliahan.
2. Sebagai informasi peneliti dan pembaca untuk menambah pengetahuan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan analisis pendapatan dan pemasaran jagung.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran, bahan pertimbangan dan evaluasi terhadap penetapan kebijakan.
4. Bagi petani, untuk membantu petani dalam menghitung pendapatan dan mengetahui pemasaran yang efisien dalam melakukan usahatani jagung sehingga petani dapat terus meningkatkan pendapatannya.
5. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam melakukan penelitian yang sejenis.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dapat diketahui bahwa rata-rata penerimaan usahatani jagung di Desa Campa Kecamatan Madapangga yaitu sebesar Rp. 18.421.496/Ha, dalam satu kali musim tanam. Sedangkan rata-rata total biaya pada usahatani jagung adalah sebesar Rp. 6.306.839/Ha, untuk rata-rata pendapatan petani jagung di Desa Campa sebesar Rp. 12.114.657/Ha, dalam satu kali musim tanam. Pada usahatani jagung didapatkan *R/C Ratio* sebesar 2,98 artinya bahwa setiap mengeluarkan biaya Rp. 1,- maka akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 2,98. *R/C Ratio* ini menjelaskan bahwa usahatani jagung di Desa Campa layak untuk diusahakan.
2. Saluran pemasaran jagung di Desa Campa Kecamatan Madapangga terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu:
 - a. Saluran pemasaran I
Petani – Pedagang Besar – Konsumen (PPT)
 - b. Saluran Pemasaran II
Petani – Tengkulak – P. Pengumpul – P. Besar – Konsumen (PPT)

Rata-rata produksi jagung di Desa Campa Kecamatan Madapangga yaitu sebesar 5542,58/Kg/Ha dalam satu kali musim tanam. Saluran pemasaran tersebut yaitu dari saluran pemasaran I sebanyak 100.745 Kg/Ha/musim atau dengan persentase sebesar 55%, dan rata-rata produksi saluran pemasaran II yaitu sebesar

82.160/Kg/Ha dalam satu kali musim tanam atau sebanyak 45%. Sedangkan untuk share petani pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 68,38% dengan margin pemasaran sebesar Rp. 1.934, sedangkan saluran pemasaran II untuk share petani sebesar 61,66% dengan margin pemasaran sebesar Rp. 2.614.

3. Dari hasil analisis elastisitas transmisi harga yaitu sebesar 0,01% lebih kecil ($E_t < 1$) dapat diartikan bahwa pemasaran jagung di Desa Campa Kecamatan Madapangga belum efisien. Karena ($E_t < 1$) maka terjadi pasar monopoli penjualan dari lembaga pemasaran tingkat pasar yang satu dengan pasar yang di atasnya.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian saran yang dapat diberikan untuk petani dalam melakukan usahatani jagung yaitu sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan harga jagung diharapkan kepada petani untuk melakukan kerja sama membentuk kelompok tani atau koperasi untuk menjual bersama (*selling coalition*) hasil produksi jagung kepada lembaga pemasaran.
2. Perlu adanya peningkatan input produksi dengan menambahkan jumlah pupuk dan pestisida, agar menghasilkan produksi yang optimal dengan demikian petani dapat memperoleh keuntungan yang lebih efisien.
3. Untuk meminimalisir monopoli maka perlu meningkatkan kerja sama dengan lembaga pemasaran. Oleh karena itu sebaiknya petani jagung mendirikan koperasi atau gabungan kelompok tani (Gapoktan) tanaman jagung agar pemasaran lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Surabaya: Papyrus.
- Antara, Made. 2012. “Agribisnis Dan Penerapannya Dalam Penelitian.” *Edukasi Mitra Grafika, Palu*.
- Bakhri, S. 2007. “Budidaya Jagung Dengan Konsep Pengelolaan Tanaman Terpadu (PTT).” *Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BTTP). Sulawesi Tengah* 28.
- Basu Swastha. 1996. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberty.
- BPS Kabupaten Bima. 2015. “Luas Lahan Sawah Menurut Kecamatan Dan Jenis Pengairan Di Kabupaten Bima (Hektar).” *Badan Pusat Statistik Kabupaten Bima*.
- Dahl Dc, Hammond JW. 1977. *Market and Price Analysis The Agricultural Industry*. New York: Mc. Grawhill Book Company.
- Daniel. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Bumi Aksara Jakarta.
- Fatmawati, and Zulham. 2019. “Analisis Margin Dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung (Zea Mays) Di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo Margin Analysis And Efficiency Of Marketing Channels Farmers Maize (Zea Mays) In Village Suka Makmur Pohuwato District Goron.” *Gorontalo Agriculture Technology Journal* 2(1): 19–29.
- Handayani, Leni. 2020. “Analisis Pendapatan Dan Sistem Pemasaran Usahatani Jagung Di Kecamatan Silimahuta Kabupaten Simalungun.” *Seminar Hasil Penelitian 2020*.
- Hernanto Fadholi. 1989. *Ilmu Usahatani. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*. Bogor: Institute Pertanian Bogor.
- Kotler. 2002a. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. ed. Jilid 1 dan 2 Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran : Marketing Management 9e*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Limbong, dan Sitorus. 1987a. *Pengantar Tata Niaga Pertanian. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*. Bogor: Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Maharani, Navita, Djoko Koestiono, and Rini Dwiastuti. 2014. “Anakisis Keunggulan Komparatif Komoditas Jagung (Zea Mays L.) Di Kabupaten

Kediri.” *Agrise* 14(3): 167–81.

Mirayanti, Fina, Bambang Siswadi, and Ahmad Dedy Syathori. 2021. “Analisis Pendapatan Usahatani Jagung (Zea Mays) Di Desa Ringinsari Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang.”

Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: LP3ES.

Nurchahya, A R I, Trisna Insan Noor, and Ane Novianty. 2022. “Analisis Pendapatan Usahatani Jagung Pada Lahan Kering.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* 9(1): 246–56.

Nurwahidah, S. 2018. “Analisis Saluran, Margin Dan Efisiensi Pemasaran Komoditi Jagung Di Kabupaten Sumbawa.” *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan ...* <http://www.e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jrktl/article/view/40>.

Palobo, Frans. 2019. “Analisis Kelayakan Usahatani Jagung Hibrida Pada Lahan Kering Di Merauke, Papua.” *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 16(1): 1.

Pangan, Direktorat Jenderal Tanaman. 2011. “Teknologi Budidaya Jagung. Direktorat Budidaya Serelia Kementerian Pertanian Indonesia.”

Perkasa Sidabutar, Yusmini, and Jum’atri Yusri. 2012. “Analisis Usahatani Jagung (Zea Mays) Di Desa Dosroha Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara.” *Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau*.

Rahim dan Hastuti. 2007. *Ekonomi Pertanian (Pengantar, Teori Dan Kasus)*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Rukmana, R. 2008. *Usaha Tani Jagung*. Yogyakarta: Kansius.

Saefuddin. 1982. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press.

Soekartawi. 1984. *Ilmu Usahatani Dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. Jakarta: UI Press.

Soekartawi. 1995. *Analisis Usaha Tani*. Jakarta: UI-Press.

Soekartawi. 2002. *Analisis Usahatani*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Soekartawi. 2006. *Agribisnis Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.

Soekartawi. 1991 *Agribisnis, Teori Dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Suarni. 2009. *Ingin Hidup Sehat Alihkan Langkah Kita Untuk Konsumsi Jagung*.

Sinar Tani.

Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Sukirno. 2009. *Ekonomi Pembangunan*. ed. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta: Bima Grafika.

Suprpto. 1999. *Percobaan Pada Tanaman Jagung Berdasarkan Frekuensi Air*. Bogor: Fakultas Pertanian IPB.

Suratiyah, Ken. 2006. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya Grup.

Tangendjaya, B. dan E. Wina. 2007. *Limbah Tanaman Dan Produk Samping Industri Jagung Untuk Pakan*. Puslitbang Tanaman Pangan.

Wahab, Wirawan. 2007. 16 September 2006 *Karakteristik Dan Klasifikasi Tanaman Jagung*. Orasi Ilmiah Guru Besar Tetap Fisiologi Tanaman. Fakultas Pertanian IPB.

Warisno. 2010. *Cara Budidaya Tanaman Jagung*. Jurnal Pertanian.

Wowiling, Cendy Claudia, Lyndon R. J. Pangemanan, and Joachim N. K. Dumais. 2019. "Analisis Pemasaran Jagung Di Desa Dimembe Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara." *AGRI-SOSIOEKONOMI* 14(3): 305.

