

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN SALURAN PEMASARAN JAGUNG  
MANIS DI KELURAHAN SIDOMULYO BARAT KECAMATAN TAMPAN KOTA  
PEKANBARU**  
**ANALYSIS OF FARMING INCOME AND MARKETING CHANNEL FOR SWEET  
CORN IN KELURAHAN SIDOMULYO BARAT TAMPAN SUBDISTRICT  
PEKANBARU CITY**

Erwin Sinaga<sup>1</sup>, Ahmad Rifai<sup>2</sup>, Ermi Tety<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

Email Korespondensi: erwinsinaga9496@gmail.com

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah: 1) menganalisis tingkat keuntungan dan efisiensi usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat, 2) menganalisis tingkat keuntungan dan sistem pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat. Sampel petani pada penelitian ini berjumlah 25 orang responden dan sampel pedagang berjumlah 10 orang responden. Metode penelitian menggunakan tehnik sensus dengan pengambilan responden secara keseluruhan petani yang melakukan kegiatan usahatani jagung manis. Penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling* dengan mengikuti saluran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Efisiensi usahatani jagung manis sebesar 1,60 dan Efisiensi pemasaran saluran I sebesar 2.68% dan pada saluran pemasaran II sebesar 8.55% maka saluran yang efisien adalah saluran pemasaran I. *Farmer share* saluran I adalah 75% dan saluran II adalah 69.23%.

**Kata kunci:** Jagung Manis, Usahatani, Pendapatan, Sistem Pemasaran, Farmer Share

**ABSTRACT**

The purpose of this study are: 1) to analyze the level of profit and efficiency of sweet corn farming in Sidomulyo Barat Village, 2) to analyze the level of profit and marketing system of sweet corn in Sidomulyo Barat Village. The sample of farmers in this study amounted to 25 respondents and a sample of traders amounted to 10 respondents. The research method uses census techniques with the overall respondents taking farmers who do sweet corn farming activities. Determination of marketing agency samples using the snowball sampling method by following the marketing channel. The results showed that sweet corn farming efficiency was 1.60 and marketing channel I efficiency was 2.68% and in marketing channel II was 8.55%, the efficient channel was marketing channel I. Farmer channel channel I was 75% and channel II was 69.23% .

**Keywords:** *sweet corn, farming, income, marketing channel, farmer share*

---

1. Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Riau

2. Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Riau

## PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya yang tersebar luas di seluruh kawasan di Indonesia. Indonesia juga merupakan negara kepulauan yang terkenal dengan sebutan negara agraris yang berarti sebagian besar masyarakat Indonesia bermata pencarian sebagai petani. artinya pertanian merupakan sektor utama yang menyumbang hampir dari setengah perekonomian.

Sektor pertanian adalah salah satu sektor sandaran hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia dengan penduduk yang bekerja di sektor pertanian sebanyak 39,68 juta orang atau 31,86 persen dari jumlah penduduk yang bekerja yang jumlahnya 124,54 juta orang (Badan Pusat Statistik 2017), sehingga sektor pertanian diharapkan menjadi basis pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang. Hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan potensi sumberdaya manusia yang dimiliki oleh Indonesia. Salah satu komoditi andalan di sektor pertanian adalah jagung, karena jagung merupakan salah satu bahan pokok makanan di Indonesia yang memiliki kedudukan cukup penting setelah beras. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya domestik (lahan, air, tenaga kerja, modal, dan teknologi), sehingga memberikan peningkatan kesejahteraan petani dan masyarakat konsumen secara berimbang (Solahuddin, 1998).

Rendahnya produksi jagung antara lain disebabkan belum meluasnya penggunaan varietas unggul, minimnya permodalan petani serta pemakaian dan cara bercocok tanam yang belum memenuhi anjuran. Untuk memenuhi kebutuhan yang terus meningkat, upaya peningkatan produksi jagung perlu mendapat perhatian yang lebih besar sehingga terwujudnya

swasembada jagung. Selain peningkatan produksi dan produktivitas, faktor iklim, kesuburan tanah, penggunaan benih unggul, tingkat serangan hama dan penyakit, penggunaan pupuk dan penggunaan pestisida perlu mendapat perhatian dan dari segi ekonomi dipengaruhi oleh sarana produksi pertanian, keterampilan dan pengalaman berusahatani.

Secara umum pemasaran dianggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam pemasaran ini barang mengalir dari produsen sampai kepada konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan. Sebagai proses produksi yang komersial maka pemasaran pertanian merupakan syarat mutlak yang diperlukan dalam pembangunan pertanian yang memberikan nilai tambah yang dapat dianggap sebagai kegiatan produktif. Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat, dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran (Soekartawi, 2002).

Komoditi pertanian memiliki ciri yang khas antara lain produk pertanian adalah musiman, bersifat segar dan mudah rusak, bersifat “bulky” artinya volumenya besar tetapi nilainya relatif kecil, lebih mudah terserang hama dan penyakit, tidak selalu mudah didistribusikan ke lain tempat, bersifat lokal atau kondisional, mempunyai kegunaan yang beragam, dan sebagainya. Sehingga terdapat beberapa masalah pemasaran komoditi pertanian yang dihadapi di daerah antara lain : (a) tidak tersedianya komoditi pertanian dalam jumlah yang cukup dan kontinu, (b) fluktuasi harga, (c)

---

1. Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Riau

2. Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Riau

pelaksanaan pemasaran yang tidak efisien, (d) tidak memadainya fasilitas pemasaran, (e) terpecahnya lokasi produsen dan konsumen, (f) kurang lengkapnya informasi pasar, (g) kurangnya pengetahuan terhadap pemasaran, (h) kurang responnya produsen terhadap permintaan pasar (Tekon dan Hamid, 1982).

Kota Pekanbaru merupakan salah satu daerah penghasil jagung dengan produksi pada tahun 2017 mencapai 853 ton dengan luas panen 273 hektar dari kabupaten Kampar dengan produksi pada

tahun 2017 mencapai 3.173 ton dengan luas panen yaitu 1.562 hektar (Badan Pusat Statistik). Salah satu Kecamatan di Kota Pekanbaru sebagai penghasil jagung adalah Kecamatan Tampan dengan produksi jagung pada tahun 2017 sebesar 436 ton (UPTD Pertanian Kecamatan Tampan Pekanbaru, 2017). Adapun jumlah luas tanaman jagung manis di Kecamatan Tampan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1. Luas Tanaman Jagung Manis (Ha) di Kecamatan Tampan

Desa/Kelurahan	Luas Area (Km2)	Luas Tanaman Jagung (Ha)	Jumlah Petani
Simpang Baru	23.59	8	6
Sidomulyo Barat	13.69	43	25
Tuah Karya	12.09	6	5
Delima	10.44	-	-
Jumlah	59.81	57	36

Sumber: UPTD Penyuluhan Pertanian Kecamatan Tampan, 2017

Prestasi kerja (*performance*) proses pemasaran dinilai dari tingkat efisiensi pemasaran. Proses pemasaran harus berlangsung secara efisien sehingga memberikan manfaat yang lebih besar bagi petani. Teknologi atau prosedur baru hanya boleh diterapkan bila dapat meningkatkan efisiensi proses pemasaran (Downey dan Erickson, 1989). Menurut Mubyarto (1985), untuk mendapatkan pemasaran yang efisien ada dua persyaratan yang harus dipenuhi yaitu: (a) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, dan (b) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu. Menurut Soekartawi (1993) ada beberapa ukuran efisiensi pemasaran yaitu: a). keuntungan pemasaran (b). harga yang diterima konsumen (c). tersedianya fasilitas fisik

pemasaran yang memadai untuk malancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi, dan (d). kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran.

Produksi tanaman jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dipasarkan ke pasar-pasar yang ada di Kelurahan Sidomulyo Barat dan pasar-pasar yang ada di kota Pekanbaru. Tanaman jagung manis ini banyak diusahakan oleh petani, karena komoditi sangat menguntungkan dan proses budidaya juga tidak terlalu sulit. Kondisi lahan yang ada sangat cocok untuk membudidayakan tanaman jagung manis. Petani sudah mengusahakan jagung manis sekitar 3 tahun secara terus menerus bahwa usahatani jagung manis merupakan mata pencaharian petani untuk memperoleh pendapatan.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan di Kelurahan Sidomulto Barat

Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, ada dua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung manis yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Harga jual jagung manis yang di pasarkan secara langsung dari petani ke pengecer lokal Rp.4.500 sedangkan dari pengecer lokal di jual ke konsumen Rp.6.000, dan harga jual jagung dari petani ke pedagang pengumpul Rp.4.500, kemudian pedagang pengumpul menjual jagung ke pedagang pengecer kota Pekanbaru Rp.5.500, kemudian pedagang pengecer kota Pekanbaru menjual ke konsumen atau ke pasar Rp.6.500.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dengan luas lahan 53 Ha. Waktu penelitian dilaksanakan terhitung dari bulan November 2017 hingga Juni 2018, dengan tahapan pembuatan proposal, pengambilan data, pelaksanaan dan penyusunan skripsi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan teknik sensus, adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu 25 orang petani yaitu petani yang secara konsisten melakukan usahatani jagung manis. Penentuan sampel pedagang pengumpul dan pengecer menggunakan teknik snowball sampling yang dilakukan mengikuti saluran pemasaran jagung manis mulai dari petani jagung manis sampai konsumen akhir berdasarkan informasi yang diberikan oleh produsen. Dimana semua pedagang pengumpul dan pengecer yang ada di lapangan diambil keseluruhannya untuk dijadikan sampel, sehingga dapat 10 orang pedagang yang terdiri dari 3 orang pedagang pengumpul dan 7 orang pedagang pengecer, selanjutnya dilakukan wawancara yang berpedoman pada daftar kuisisioner yang telah disiapkan sebagai panduan dalam

pengambilan data dilapangan untuk menjawab semua tujuan penelitian.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan mengajukan pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu didalam kuesioner dengan cara mewawancarai petani dan pedagang. Pengamatan langsung dari petani seperti identitas petani, biaya usahatani, produksi usahatani dan pendapatan petani. Dan pengamatan langsung dari pedagang seperti identitas pedagang, biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Informasi Penyuluh (BIP), instansi-instansi yang terkait dengan penelitian ini seperti jumlah penduduk, topografi daerah, tingkat pendidikan dan lain-lainnya.

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran dan lembaga pemasaran jagung manis dilakukan dengan analisis berdasarkan data primer yang bersumber dari informan. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat dilakukan dengan cara mengikuti aliran produksi jagung dari petani sampai pembeli akhir. Mengetahui efisiensi pemasaran jagung dianalisis dengan pendekatan analisis marjin pemasaran (Sudiyono, 2002).

Untuk menghitung pendapatan kotor atau penerimaan digunakan rumus Soekartawi (1995), yaitu:

$$TR = P_y \times Y$$

keterangan:

TR = Total Penerimaan Jagung Manis (Rp/Kg)

$P_y$  = Harga Jagung Manis (Rp/Kg)

Y = Jumlah Jagung Manis (Kg)

Untuk menghitung pendapatan bersih usahatani digunakan rumus (Mubyarto, 1986) yaitu:

$$\pi = TR - TC$$

---

1. Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Riau

2. Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Riau

JOM Faperta Vol. 6 Edisi 1 Januari s/d Juni 2019

$$\pi = Y \cdot P_y - (TVC + TFC)$$

$$TR = P_y \cdot Y$$

$$TC = VC + FC$$

keterangan:

$\pi$  = Keuntungan Usahatani Jagung Manis (Rp/Kg)

Y = Jumlah Jagung Manis (Kg)

$P_y$  = Harga Jagung Manis (Rp/Kg)

TVC = Total Biaya Variable Yang dikeluarkan Dalam Satu Periode Tanam (Rp/Kg)

TFC = Total Biaya Tetap Yang dikeluarkan Dalam Satu Periode Tanam (Rp/Kg)

TR = Total Penerimaan Yang diterima Dalam Satu Periode Tanam (Rp/Kg)

TC = Total Biaya Yang dikeluarkan Dalam Satu Periode Tanam (Rp/Kg)

Untuk menganalisis tingkat efisiensi ekonomis usahatani digunakan Return Cost of Ratio (RCR), menurut Hernanto (1988):

$$RCR = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

RCR = Efisiensi Usahatani Jagung Manis

TR = Total Penerimaan Yang diterima Dalam Satu Periode Tanam (Rp/Kg)

TC = Total Biaya Yang dikeluarkan Dalam Satu Periode Tanam (Rp/Kg)

$RCR > 1$  = usahatani tersebut efisien

$RCR < 1$  = usahatani tersebut tidak efisien

$RCR = 1$  = usahatani tersebut berada pada titik impas

Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (Sudiyono, 2001).

$$MP = H_k - H_p$$

Keterangan:

$M_p$  = Margin pemasaran jagung manis (Rp/kg)

$H_k$  = Harga jagung manis yang dibayar konsumen akhir (Rp/kg)

$H_p$  = Harga jagung manis yang diterima produsen (Rp/kg)

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran terhadap total nilai produk (harga beli pada konsumen). Untuk menghitung efisiensi pemasaran (Soekartawi, 2002).

$$E_p = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

$E_p$  = Efisiensi pemasaran jagung manis

TBP = Total biaya pemasaran jagung manis (Rp/Kg)

TNP = Total nilai jagung manis yaitu harga beli pada konsumen (Rp/Kg)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya usahatani jagung manis diartikan sebagai besarnya biaya yang dikeluarkan oleh petani responden untuk memproduksi suatu produk dalam mengolah tanaman jagung manis miliknya, baik itu biaya pupuk, biaya benih, biaya obat-obatan, biaya tenaga kerja dan lain-lain. Biayausahatani dibagi menjadi 2 yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

Kegiatan usahatani yang dilakukan di Kelurahan Sidomulyo Barat sudah dilakukan petani selama 6 tahun berturut-turut dan merupakan mata pencaharian utama petani di Kelurahan Sidomulyo Barat. Dari Tabel 17 di bawah diketahui bahwa rata – rata pendapatan kotor yang diperoleh petani responden adalah Rp. 6.450.998,-/Ha/MT yang telah ditambahkan dengan upah tenaga kerja dalam keluarga, sedangkan rata – rata pendapatan bersih yang diperoleh petani responden adalah Rp. 1.265.540,-/Ha/MT. Rata – rata pendapatan bersih ini diperoleh petani dalam usahatannya untuk mengetahui efisiensi usahatani yang dapat diperoleh dengan rumus Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) yaitu dengan membandingkan pendapatan kotor dengan total biaya

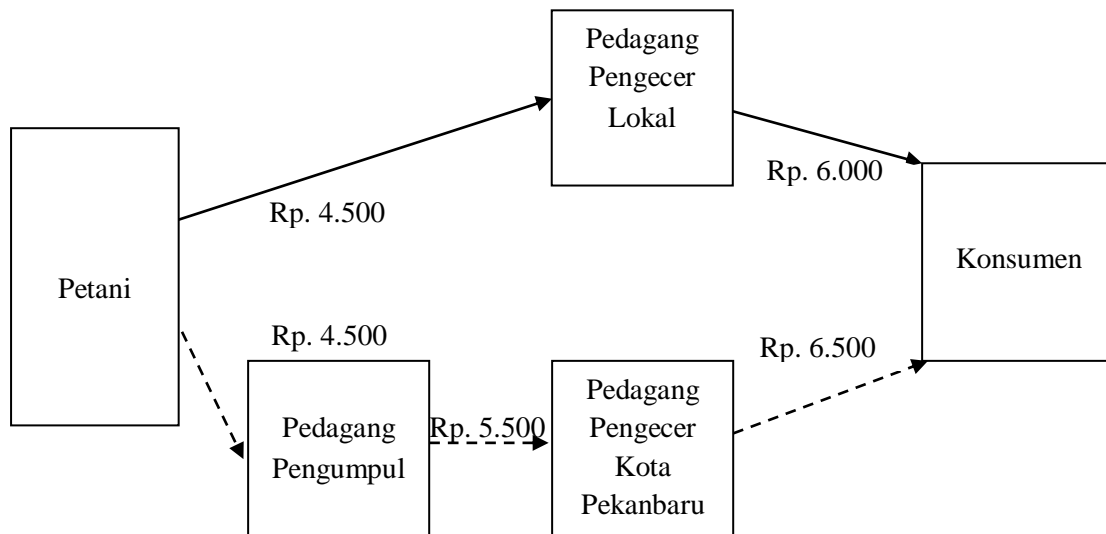
produksi yang dikeluarkan petani selama satu kali proses produksi, sehingga dari perhitungan tersebut didapatkan nilai R/C Ratio sebesar 1,19 yang artinya setiap pengeluaran Rp.1,- maka petani responden memperoleh keuntungan sebesar Rp.1,19,- dalam usahatani dan usahatani tersebut layak untuk dikembangkan. Kelayakan usahatani jagung manis dapat diketahui dengan menggunakan rumus  $\pi/C$  Ratio yaitu dengan membandingkan keuntungan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan petani selama satu kali proses produksi dengan Tabel 17. Rincian rata – rata jumlah biaya usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat tahun 2018

menggunakan suku bunga bank yang berlaku sebagai pembandingnya. Berdasarkan hasil perhitungan  $\pi/C$  Ratio menunjukkan nilai 18,90% yang berarti nilai  $\pi/C$  Ratio > suku bunga bank yang berlaku yaitu sebesar 4,25%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan nilai  $\pi/C$  Ratio sebesar 18,90% berarti usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat layak untuk dikembangkan. Untuk lebih jelas, rincian jumlah produksi petani responden dapat dilihat pada Tabel 17.

No.	Uraian	Rata-rata Jumlah Biaya (Rp/Ha/MT)
1	Biaya Produksi	
	a. Biaya Tetap :	
	- Penyusutan Alat	155.884,-
	- Sewa Lahan	2.000.000,-
	- Tenaga Kerja Dalam Keluarga	1.013.235,-
	b. Biaya Tidak Tetap	
	- Bibit	409.242,-
	- Tenaga Kerja Luar Keluarga	234.959,-
	- Herbisida	893.397,-
	- Pupuk	1.775.125,-
2	Total Biaya Produksi	6.448.908,-
3	Harga Jual	4.500,-
4	Pendapatan Kotor	6.450.998,-
5	Pendapatan Bersih	1.265.540,-
6	Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)	1,19
7	$\pi/C$ Ratio	18,90%

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, terdapat 2 bentuk saluran pemasaran yaitu dari petani ke pedagang pengecer, dan dari petani ke pedagang pengumpul. Gambar 2 menunjukkan saluran pemasaran I dimulai dari petani jagung manis yang menjual jagung manis

kepada pedagang pengecer dan selanjutnya pedagang pengecer langsung menjual ke konsumen akhir. Saluran pemasaran II dimulai dari petani jagung manis yang menjual jagung manis kepada pedagang pengumpul dan selanjutnya pedagang pengumpul langsung menjual ke konsumen akhir.



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Keterangan:

—————> : Saluran Pemasaran I  
 - - - - -> : Saluran Pemasaran II

Analisis saluran pemasaran merupakan pemasaran yang melibatkan petani sebagai produsen jagung manis, pedagang pengecer sebagai lembaga

pemasaran dan konsumen akhir. Analisis saluran pemasaran jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Analisis Saluran Pemasaran Jagung Manis di Kelurahan Sidomulyo Barat

No	Keterangan	Saluran Pemasaran I		Saluran Pemasaran II	
		Jumlah (Rp/Kg)	Persentase (%)	Jumlah (Rp/Kg)	Persentase (%)
A	Petani				
	1. Harga Jual (Kg)	4.500		4.500	
	2. Biaya Pemasaran:				
	a. Biaya Karung (Rp/Kg)	34		35	
	3. Penerimaan	4.466		4.465	
B	Pedagang Pengumpul				
	1. Harga Beli (Kg)			4.500	
	2. Harga Jual (Kg)			5.500	
	3. Biaya Pemasaran:				
	a. Transportasi (Rp/Kg)			175,42	41,94
	b. Bongkar Muat (Rp/Kg)			242,84	58,06
	Total Biaya Pemasaran			418,26	100
	4. Margin Pemasaran			1.000	
	5. Keuntungan			661	
C	Pedagang Pengecer				
	1. Harga Beli (Kg)	4.500		5.500	
	2. Harga Jual (Kg)	6.000		6.500	

1. Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Riau

2. Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Riau

3. Biaya Pemasaran				
a. Transportasi (Rp/Kg)	50,34	39,64	56,64	41,14
b. Plastik (Rp/Kg)	31,87	25,10	35,28	25,63
c. Sewa Tempat (Rp/Kg)	44,78	35,24	45,75	33,23
Total Biaya Pemasaran	126,99	100	137,67	100
4. Margin Pemasaran	1.500		1.000	
5. Keuntungan	1.373		862,35	
D Konsumen				
Harga Beli (Kg)	6.000		6.500	
E Total Biaya Pemasaran	160,65		555,93	
F Total Margin Pemasaran	1.500		2.000	
G Efisiensi Pemasaran		2,68		8,55
H Farmer's Share		75		69,23

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan penelitian di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata – rata pendapatan kotor yang diperoleh petani responden adalah Rp. 6.450.998,-/Ha/MT yang telah ditambahkan dengan upah tenaga kerja dalam keluarga, sedangkan rata – rata pendapatan bersih yang diperoleh petani responden adalah Rp. 1.265.540,-/Ha/MT. Rata – rata pendapatan bersih ini diperoleh petani dalam usahatani untuk mengetahui efisiensi usahatani yang dapat diperoleh dengan rumus Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) yaitu dengan membandingkan pendapatan kotor dengan total biaya produksi yang dikeluarkan petani selama satu kali proses produksi, sehingga dari perhitungan tersebut didapatkan nilai R/C Ratio sebesar 1,19 yang artinya setiap pengeluaran Rp.1,- maka petani responden memperoleh keuntungan sebesar Rp.1,19,- dalam usahatani dan usahatani tersebut layak untuk dikembangkan. Kelayakan usahatani jagung manis dapat diketahui dengan menggunakan rumus  $\pi/C$  Ratio yaitu dengan membandingkan keuntungan

dengan total biaya produksi yang dikeluarkan petani selama satu kali proses produksi dengan menggunakan suku bunga bank yang berlaku sebagai pembandingnya. Berdasarkan hasil perhitungan  $\pi/C$  Ratio menunjukkan nilai 18,90% yang berarti nilai  $\pi/C$  Ratio > suku bunga bank yang berlaku yaitu sebesar 4,25%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan nilai  $\pi/C$  Ratio sebesar 18,90% berarti usahatani jagung manis di Kelurahan Sidomulyo Barat layak untuk dikembangkan.

2. Saluran pemasaran di Kelurahan Sidomulyo Barat ada 2, yaitu saluran pemasaran I petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer lokal menjual langsung ke konsumen dan saluran pemasaran II petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual jagung manis ke pedagang pengecer Kota Pekanbaru, kemudian pedagang pengecer Kota Pekanbaru menjual langsung ke konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Riau 2017. Statistik Kecamatan Tampan. BPS Provinsi Riau. Pekanbaru.



Kantor Kelurahan Sidomulyo Barat  
Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.  
2018. Profil Petani. Pekanbaru.

Soekartawi. 1990. Teori Ekonomi Produksi  
dengan Pokok Bahasan Analisis  
Fungsi Cobb – Douglas. Rajawali  
Pers. Jakarta.

Soekartawi, dkk. 1998. Prinsip Dasar  
Ekonomi Pertanian. Jakarta:  
Rajawali Press.

UPTD Penyuluhan Pertanian Kecamatan  
Tampan Kota Pekanbaru. 2017. Luas  
dan Produksi Jagung Manis  
Kecamatan Tampan. Pekanbaru.