

**EFISIENSI PEMASARAN JAGUNG HIBRIDA (*Zea Mays L*) DI DESA KEPEL
KECAMATAN CISAGA KABUPATEN CIAMIS**

***MARKETING EFFICIENCY OF HYBRID CORN (*Zea mays L*) IN KEPEL
VILLAGE, CISAGA DISTRICT, CIAMIS REGENCY***

ISMA SAIDAH^{1*}, IVAN SAYID NURAHMAN², ANISA PUSPITASARI³

Fakultas Pertanian Universitas Galuh

*E-mail : ismasaidah13@gmail.com

ABSTRAK

Jagung adalah sebuah komoditas penting dalam pertanian. Tidak untuk konsumsi melainkan jagung memiliki peran krusial dalam pakan ternak. Dalam memenuhi akan kebutuhan, para petani menyalurkan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Saluran tersebut bisa secara langsung kepada konsumen atau melalui pengepul.

Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengetahui pemasaran jagung hibrida 2). Mengetahui biaya, margin, dan keuntungan pemasaran jagung hibrida 3). *farmer's share* jagung hibrida 4). Efisiensi pemasaran jagung hibrida.

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran. Populasi yang diambil adalah petani jagung di desa Kepel. Sampel yang diambil melibatkan 31 orang petani jagung dan 2 orang dilembaga pemasaran dengan penerapan metode snowball sampling.

Hasil dari penelitian ini 1). Terdapat dua saluran dalam pemasaran. Saluran pertama dari petani-konsumen, saluran kedua dari petani – pengumpul – konsumen. 2). Saluran pertama memperoleh nilai margin sebesar 300/kg dengan tidak adanya biaya tambahan lainnya, sedangkan saluran kedua margin pemasaran mencapai Rp. 500/kg namun terdapat potongan sebesar Rp. 63,07/kg jadi total keuntungan pemasaran yang diperoleh sebesar Rp. 436,93/kg. 3). Nilai *farmer share* pada saluran pertama sebesar 93,02% sedangkan pada saluran kedua sebesar 88,89%. 4). Nilai efisiensi saluran pertama sebesar 0,00% dan nilai efisiensi saluran kedua sebesar 1,40%.

Kata Kunci : Efisiensi, Jagung Hibrida, Pemasaran

ABSTRACT

Maize is an important commodity in agriculture. Not only for human consumption, but maize also plays a crucial role in animal feed. To meet the demand, farmers supply it to fulfill market needs. This distribution can occur either directly to consumers or through middlemen.

This Analyze aims to: 1). Analyze marketing of hybrid maize; 2) Examine the costs, margins, and profits of hybrid maize marketing; 3) Determine the farmer's share of hybrid maize; and 4) Evaluate the efficiency of hybrid maize marketing

This study uses a mixed-methods approach. The population studied consists of maize farmers in Kepel Village. The sample includes 31 farmers and 2 individuals from marketing institutions, using a snowball sampling method.

The results of this study are as follows: 1) There are two marketing channels. The first channel is from farmers to consumers, and the second channel is from farmers to collectors to consumers. 2) The first channel has a margin value of 300 IDR/kg with no additional costs, while the second channel has a marketing margin of 500 IDR/kg but incurs a deduction of 63.07 IDR/kg, resulting in a total marketing profit of 436.93 IDR/kg. 3) The farmer share for the first channel is 93.02%, while for the second channel it is 88.89%. 4) The efficiency value for the first channel is 0.00%, and the efficiency value for the second channel is 1.40%.

Keywords: Efficiency, Hybrid Maize, Marketing

PENDAHULUAN

Lebih dari setengah penduduk Indonesia terutama masyarakat yang tinggal di pedesaan, Sektor pertanian berfungsi sebagai sumber utama mata pencaharian. Menurut data BPS bahwa sektor pertanian terdapat 28.419.398 rumah tangga pertanian dengan luas lahan 63,4 juta hektar (BPS,2023). Salah satu produk pertanian yaitu jagung.

Jagung merupakan sebuah komoditas utama dalam sektor pertanian setelah beras yang berfungsi sebagai bahan konsumsi. Seiring dengan pesatnya kemajuan dalam industri peternakan, jagung telah menjadi elemen penting yang menyumbangkan 60% dari total ransum pakan. Hanya sekitar 30% dari kebutuhan jagung negara digunakan untuk konsumsi pangan, dan lebih dari 55% digunakan sebagai pakan ternak. Sisanya digunakan untuk keperluan industri lainnya dan sebagai benih (Kasryno *et al.*, 2007).

Salah satu lokasi yang dipilih adalah Desa Kepel, yang menduduki peringkat ketiga tertinggi dalam produksi jagung hibrida. Desa ini memiliki luas lahan seluas 21 hektar, dengan total produksi mencapai 124,53 ton, serta rata-rata produktivitas sebesar 5,93 (BPP Kecamatan Cisaga, 2024).

Pemasaran jagung hibrida di Desa Kepel, masih memiliki keterbatasan dalam jalur distribusi untuk memasarkan hasil produksi jagung hibrida yang mereka miliki. Ketergantungan masyarakat di Desa Kepel kepada lembaga pemasaran, tentunya dapat menimbulkan beberapa masalah, seperti keterbatasan akses pasar yang lebih luas, harga jual yang diperoleh oleh petani umumnya lebih rendah daripada harga yang seharusnya, terutama ketika dibeli oleh tengkulak yang mungkin akan membuat kurang menguntungkan bagi petani. Penurunan harga jual jagung di tingkat petani disebabkan oleh kurangnya informasi mengenai standar harga yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah disampaikan, peneliti merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian yang bertujuan menganalisis saluran pemasaran jagung hibrida dengan berjudul “Efisiensi Pemasaran Jagung Hibrida (*Zea mays L*) Di Desa Kepel Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan metode gabungan. Pendekatan kualitatif diterapkan untuk memberikan deskripsi serta menjabarkan hasil dari

kuesioner tentang saluran efisiensi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran. Sementara itu, pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menilai efisiensi pemasaran jagung di Desa Kepel dengan melakukan analisis terhadap margin, biaya, keuntungan, efisiensi pemasaran, dan *farmer's share*.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dan memiliki tingkat keaslian yang tinggi karena tidak melalui analisis statistik. Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode seperti observasi, wawancara, dan distribusi kuesioner (Sari dan Zefri, 2019). Proses wawancara dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang telah dirancang sebelumnya untuk mendapatkan data awal.

Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari dokumen atau sumber lainnya (Sugiyono, 2013). Data yang digunakan meliputi luas panen, produksi, dan produktivitas tanaman jagung hibrida dari Desa Kepel, BPP Kecamatan Cisaga, dan BPS Kabupaten Ciamis.

Teknik Penarikan Sampel

Sampling jenuh (*sensus*) digunakan untuk memilih 31 petani jagung, sedangkan

sampling snowball digunakan untuk lembaga pemasaran.

Rancangan Analisis Data

1. Analisis Margin Pemasaran

Menurut Anindita dan Baladina (2017) :

$$MP = H_j - H_b$$

Keterangan:

MP = Margin (Rp/Kg)

H_j = Harga untuk konsumen (Rp/Kg)

H_b = Harga untuk petani (Rp/Kg)

2. Biaya Pemasaran

Menurut Angipora (2002), biaya pemasaran dihitung menggunakan rumus :

$$TC = Mm - \pi$$

Keterangan :

TC = Jumlah biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran di tingkat lembaga (Rp/Kg)

Mm = Marjin pemasaran (Rp/Kg)

π = Keuntungan di Tingkat lembaga pemasaran (Rp/Kg)

3. Keuntungan Pemasaran

$$\pi = Mm - TC$$

Keterangan :

π = Keuntungan pada tingkat lembaga (Rp/Kg)

Mm = Margin pemasaran
(Rp/Kg)

TC = Jumlah biaya yang
dikeluarkan untuk pemasaran pada
lembaga (Rp/Kg)

4. Farmer's share

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

Keterangan :

Shp = bagian harga yang
diterima produsen (%)

Pr = harga konsumen (Rp/kg)

Pf = harga produsen (Rp/kg)

5. Efisiensi Pemasaran

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

Keterangan:

EPS = Efisiensi pemasaran

TBP = Total biaya untuk
pemasaran (Rp)

TNP = Jumlah nilai barang (Rp)

Kriteria nilai sebagai berikut :

0 - 33% = efisien

34 – 67% = kurang efisien

68 – 100% = tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Kepel adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Cisaga, Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat. Secara geografis, Desa Kepel terletak di sisi selatan wilayah Kecamatan Cisaga. Desa Kepel bertopografi dataran rendah dan

berbukit-bukit serta daerah desa dilalui aliran sungai seperti sungai cirende, sungai ciliwung dan sungai cimuntur. Wilayah Desa Kepel memiliki total luas wilayah sebesar 576,49 Ha, sehingga wilayah yang ada di Desa Kepel cocok untuk budidaya jagung hibrida. Area ini terletak pada wilayah dengan ketinggian 115 mdpl (meter di atas permukaan laut). Batas-batas desa Kepel dengan desa-desa lain itu seperti ini :

Tabel 1. Batas Desa Kepel

No	Batas	Desa/Kelurahan	Kecamatan
1.	Sebelah utara	Desa Tanjung Jaya	Cisaga
2.	Sebelah selatan	Desa Karangmulyan	Cijeungjing
3.	Sebelah timur	Desa Mekarmukti	Cisaga
4.	Sebelah barat	Desa Sidamulya	Cisaga

Sumber : Data Monografi Desa Kepel,2024

Identitas responden

Identitas responden meliputi deskripsi umum dan latar belakang yang mencerminkan pelaksanaan kegiatan usaha mereka, termasuk aspek-aspek seperti usia, tingkat pendidikan, pengalaman dalam berwirausaha, serta jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan.

Umur Responden

Usia adalah salah satu variabel yang dapat berpengaruh terhadap kinerja individu dalam lingkungan kerja.

Tabel 2. Keadaan Responden Menurut Usia

No	Kelompok Umur	Responden		Jumlah	Persentase (%)
		Petani	Pengumpul		
1.	15-64	20	2	22	66,67
2.	>64	11		11	33,33
Jumlah		31	2	33	100

Sumber : Pengolahan data primer, 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah responden tertinggi adalah 22 dengan kisaran usia antara 15-64 tahun dengan memiliki nilai persentase sebesar 66,67 persen. Dilihat bahwa umur dari responden di Desa Kepel ini menggambarkan responden umumnya memiliki umur yang masih produktif. Usia memiliki peran penting dalam menentukan tingkat produktivitas kerja yang dicapai (Latif *et al.*, 2021).

Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan individu untuk mengadopsi dan menerapkan teknologi baru, selain dari kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh responden dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya.

Tabel 3. Tingkat Keadaan Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah responden (Orang)		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
		Petani	Pengumpul		
1.	SD	16	2	18	54,55
2.	SMP	10		10	30,30
3.	SMA	5		5	12,15
Jumlah		31	2	33	100

Sumber : Pengolahan data primer, 2024.

Tabel 3 di atas mengindikasikan bahwa mayoritas responden di Desa Kepel memiliki latar belakang pendidikan hingga tingkat SD sebanyak 18 orang atau sebesar 54,55 persen.

Tanggung Jawab Keluarga Responden

Tanggung jawab keluarga di sini merujuk pada individu-individu dalam keluarga atau anggota keluarga serta kerabat yang tinggal dalam satu rumah dan kehidupannya bergantung pada mereka.

Tabel 4. Tanggungan Keluarga Responden

No	Tanggung Jawab Keluarga (Orang)	Responden (Orang)		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
		Petani	Pengumpul		
1.	0-3	29	2	31	93,94
2.	>3	2		2	6,06
Jumlah		31	2	33	100

Sumber : Pengolahan data primer, 2024.

Tabel 5 menunjukkan bahwa anggota keluarga dengan jumlah tanggungan tertinggi berada di rentang usia 0-3 orang tanggungan yaitu sebanyak 32 orang atau sekitar 93,94 persen. Sementara untuk jumlah tanggungan keluarga sedikit

berkisar lebih dari 3 orang tanggungan yaitu hanya ada 2 orang atau sebesar 6,06 persen.

Pengalaman Berusaha Responden

Pengalaman dapat diartikan sebagai pengetahuan yang diperoleh melalui partisipasi dalam aktivitas yang dilakukan secara berulang-ulang. Semakin sering individu terlibat dalam suatu kegiatan, semakin tinggi tingkat keterampilan yang akan mereka capai dalam melaksanakannya (Ardiansyah *et al.*, 2018).

Tabel 5. Keadaan Responden Menurut Pengalaman Berusaha

No	Pengalaman Berusaha (Tahun)	Responden		Jumlah	Persentase (%)
		Petani	Pengepul		
1.	1-5	18	2	20	60,61
2.	5-10	7		7	21,21
3.	10-15	6		6	18,18
Jumlah		31	2	33	100

Sumber : Pengolahan data primer, 2024

Tabel 5 mengindikasikan rata-rata pengalaman berwirausaha responden berada dalam rentang 1-5 tahun sebanyak 20 orang, diantaranya petani sebanyak 18 orang dan pengepul sebanyak 2 orang dengan jumlah persentase sebesar 60,61 persen.

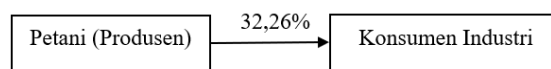
Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah jaringan perantara yang melalui berbagai lembaga menghubungkan produsen dengan pembeli. Seperti yang ditunjukkan oleh hasil

penelitian, jagung hibrida memiliki dua saluran distribusi.

Saluran Pemasaran I

Sebanyak sepuluh petani menjual jagung hibrida mereka secara langsung kepada industri pakan, dari total 31 petani yang menjadi responden dalam penelitian ini.

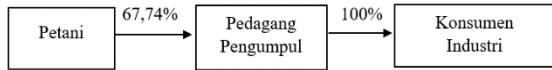


Gambar 1. Saluran Pemasaran I Jagung Hibrida di Desa Kepel Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis

Berdasarkan Gambar 1, dapat disimpulkan bahwa terdapat 10 individu atau sekitar 32,26 persen petani jagung hibrida di Desa Kepel yang menjual hasil produksi jagung mereka secara langsung kepada industri pakan melalui saluran pemasaran I kemudian dari industri pakan langsung ke konsumen. Pada saluran pemasaran I petani khususnya yang tergabung ke dalam kelompok tani menjualnya hasil produksinya kepada industri pakan/peternak dalam bentuk jagung yang sudah kering dan dipipil.

Saluran pemasaran II

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan saluran kedua terdapat ada 21 orang petani dari 31 orang responden petani jagung hibrida di Desa Kepel.



Gambar 2. Saluran pemasaran II Jagung Hibrida di Desa Kepel Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis

Gambar kedua di atas memperlihatkan petani jagung yang berada di Desa Kepel, yang terlibat dalam saluran pemasaran kedua dengan jumlah 21 atau 67,74 persen petani menjual hasil produksi jagungnya ke 2 orang pedagang pengumpul.

Analisi Margin pemasaran, Biaya, dan Keuntungan Pemasaran

Margin pemasaran jagung mengacu pada perbedaan harga antara harga pembelian dan harga penjualan jagung hibrida di berbagai lembaga pemasaran (Nurcaya *et al.*, 2020).

Besarnya keuntungan yang dapat dihasilkan dari kegiatan pemasaran akan dipengaruhi oleh total pengeluaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran.. Keuntungan didefinisikan sebagai total laba yang dihasilkan oleh setiap lembaga pemasaran melalui saluran pemasaran yang tersedia (Amin, 2022).

Tabel 6. Komponen Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Kepel

	Saluran Pemasaran	
	I (Rp/Kg)	II (Rp/Kg)
Petani		
a. Harga Jual	4.000	4.000
Pedagang Pengumpul		
a. Harga Beli	-	4.000
b. Biaya Pemasaran	-	63,07
c. Keuntungan	-	436,93
d. Harga Jual	-	4.500
e. Margin	-	500
Konsumen Industri		
a. Harga Beli	4.300	4.500
e. Margin	300	500

Sumber : Pengolahan data primer, 2024.

Tabel 5 mengindikasikan bahwa saluran pemasaran ke I, yang tidak melibatkan lembaga, memperoleh nilai margin sebesar Rp 300/kg. Pada saluran kedua, terdapat satu entitas yang berperan, yaitu pedagang pengumpul. Margin untuk jagung hibrida dalam saluran ini tercatat sebesar Rp 500 per kilogram, sementara biaya pemasaran yang dikeluarkan mencapai Rp 63,07 per kilogram. Dengan demikian, keuntungan yang diperoleh adalah Rp 436,93 per kilogram. Biaya meliputi pengeluaran untuk transportasi dan upah tenaga kerja.

Farmer's share

Harga yang diterima oleh petani dan harga yang dibayarkan oleh konsumen disebut sebagai bagian petani. Panjang

pendeknya jalur pemasaran yang dilalui akan mempengaruhi sejauh mana petani menerima bagian dari hasil penjualan (Sazmi *et al.*, 2018).

Tabel 7. Farmer's Share Jagung Hibrida di Desa Kepel Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis

No	Saluran Pemasaran	Harga Jual Petani (Rp/Kg)	Harga Beli Konsumen (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1.	Saluran Pemasaran I	4.000	4.300	93,02%
2.	Saluran Pemasaran II	4.000	4.500	88,89%

Sumber : Pengolahan data primer, 2024.

Berdasarkan Tabel 7 yang telah disajikan, Saluran pemasaran yang pertama mencatatkan nilai farmer's share sebesar 93,02 persen, sementara saluran pemasaran yang kedua menunjukkan nilai sebesar 88,89 persen. Saluran pertama memiliki persentase bagian petani tertinggi, yang menunjukkan bahwa konsumen akhir membayar 93,02 persen dari harga jagung hibrida produsen Desa Kepel.

Kriteria untuk menentukan bagian petani ditetapkan sebagai berikut: jika bagian petani mencapai 60% atau lebih, metode pemasaran yang digunakan dianggap efektif bagi petani. Jika proporsi pendapatan petani berada di bawah 60%, maka saluran pemasaran tersebut dianggap

tidak efisien untuk para petani (Widyantara, 2018).

Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan, disimpulkan bahwa persentase petani jagung hibrida Desa Kepel atau nilai persentase yang diterima oleh petani pada saluran pemasaran pertama menunjukkan tingkat efisiensi yang tinggi dan memberikan hasil yang lebih menguntungkan daripada saluran pemasaran kedua.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah elemen penting yang membantu memastikan distribusi produk dari produsen ke konsumen berjalan lancar, terutama dalam menjaga agar lembaga pemasaran tidak mengalami pembagian biaya yang tidak merata (Amin, 2022).

Tabel 8. Nilai Efisiensi Pemasaran

No	Saluran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Total Nilai Penjualan (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
1.	Saluran Pemasaran I	-	4.300	0,00
2.	Saluran Pemasaran II	143,07	4.500	1,40

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Tabel 8 di atas mengindikasikan bahwa kedua saluran pemasaran jagung hibrida memiliki tingkat efisiensi pemasaran yang tidak sama berdasarkan hasil perhitungan. Pada saluran pertama, persentasenya adalah 0,00 persen, sedangkan pada saluran kedua, persentasenya mencapai 1,40 persen. Kriteria efisiensi pemasaran juga dikatakan menurut Angipora (2002), jika nilai berada dalam rentang 0 hingga 33 persen, maka pemasaran dianggap efisien. Sebaliknya, jika nilai berada di antara 33 hingga 67 persen, pemasaran tersebut dinyatakan kurang efisien. Apabila nilai yang diperoleh berkisar antara 68 hingga 100 persen, maka pemasaran tersebut dianggap sangat tidak efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai efisiensi pemasaran jagung hibrida di Desa Kepel,

Kecamatan Cisaga, Kabupaten Ciamis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Petani jagung di Desa Kepel, Kabupaten Ciamis, memanfaatkan dua jenis saluran pemasaran dalam kegiatan mereka, yang dijelaskan sebagai berikut:
 - a. Petani – konsumen Industri
 - b. Petani – Pedagang Pengumpul – Konsumen Industri
2. Saluran ke 1 memperoleh nilai margin yakni Rp 300 per kilogram dan petani tidak mengeluarkan biaya karena penjualan jagung diambil langsung oleh pihak industri pakan ke tempat petani. Saluran kedua memiliki panjang yang lebih besar dibandingkan saluran pertama. Dengan demikian, total biaya yang dikeluarkan mencapai Rp 63,07 per kilogram, margin sebesar Rp 500 per kilogram, dan keuntungan yang diperoleh adalah Rp 436,93 per kilogram.
3. Persentase *share* petani dalam saluran pemasaran I mencapai 93,02%, sementara pada saluran II, bagian petani tercatat sebesar 88,89%. Saluran pemasaran I menunjukkan proporsi nilai petani yang relatif tinggi, yang disebabkan oleh singkatnya jalur pemasaran, di mana petani dapat langsung menjual produknya kepada

industri pakan, berbeda dengan saluran pemasaran II yang mengharuskan petani menjual melalui pedagang pengumpul terlebih dahulu..

4. Terkait dengan efisiensi saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Kepel, saluran pemasaran yang pertama dan kedua dapat dianggap sebagai saluran yang efisien. Saluran pemasaran pertama mencatatkan efisiensi sebesar 0,00%, sedangkan saluran kedua mencatatkan nilai efisiensi sebesar 1,40%.

Saran

1. Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin singkat jalur pemasaran yang dilalui, semakin besar bagian petani atau proporsinya. Untuk meningkatkan pendapatan petani jagung, disarankan agar mereka memanfaatkan jalur pemasaran yang pertama, karena jalur tersebut memberikan nilai farmer's share yang relatif tinggi.
2. Petani perlu secara proaktif mencari informasi terkait kegiatan pemasaran, agar petani jagung hibrida memiliki posisi tawar yang kuat dalam menjual hasil produk jagung mereka. Di samping itu, para petani jagung juga dapat melakukan analisis guna memilih saluran dan lembaga pemasaran yang

mampu memberikan keuntungan yang lebih optimal bagi mereka..

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Jagung di Indonesia.
- Amin, N. S. (2022). Efisiensi Pemasaran Jagung Bisi-18 (*Zea Mays*) Di Desa Keang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju. *AgriMu*, 2(2). <https://doi.org/10.26618/agm.v2i2.7810>
- Angipora. 2002. Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kedua. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Anindita, R, & Nur, B. 2017. Pemasaran Produk Pertanian. Andi. Yogyakarta.
- Ardiansyah, A., Susilawati, W., & Is, A. (2018). Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Produksi Jagung Kecamatan Vii Koto Kabupaten Tebo. *JAS (Jurnal Agri Sains)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.36355/jas.v2i1.174>
- Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Cisaga. (2024). Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Tanaman Jagung. Kecamatan Cisaga Tahun 2023.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Jagung di Indonesia.
- Kasryno, F., Pasandaran, E. S & Adyana, M. O. (2007). Gambaran Umum Ekonomi Jagung Indonesia Teknik Produksi dan Pengembangan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan, Bogor.
- Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Cisaga. (2024). Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Tanaman Jagung.

Kecamatan Cisaga Tahun 2023.

- Nurcaya, N., Rosada, I., & Busaeri, S. R. (2020). Analisis Sistem Pemasaran Komoditas Jagung Hibrida (*Zea Mays L.*). *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 3(2), 155. <https://doi.org/10.33096/wiratani.v3i2.63>
- Latif, A., Nasirudin, M., and Qomariyah, S. N. (2021). Analisis Kelayakan Usahatani Padi Organik di Desa Bareng Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang. *Exact Papers in Compilation*, 3(2), 325–332. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi* 21(3):311.
- Sazmi, R. M., Haryono, D., & Suryani, A. (2018). Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Ikan Patin Di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* 6(2):133–41.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Widyantara. (2018). Ilmu Manajemen Usahatani. Jimbaran: Udayana University Press.