

## ANALISIS RANTAI NILAI DAN KINERJA PEMASARAN JAGUNG DI KABUPATEN LOMBOK UTARA

### VALUE CHAIN ANALYSIS AND MARKETING PERFORMANCE OF MAIZE IN NORTH LOMBOK DISTRICT

Oleh :

Rosmilawati, Sri Supartiningsih, Wuryantoro dan Sri Maryati  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

#### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk Menganalisis rantai nilai pemasaran jagung di Kabupaten Lombok Utara dan Menganalisis kinerja pemasaran jagung di Kabupaten Lombok Utara. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Desa Gumantar Kecamatan Kayangan dan Desa Akar-akar Kecamatan Bayan dijadikan daerah sampel. Analisis data menggunakan analisis rantai nilai, margin pemasaran dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada 4 alternatif saluran rantai nilai pemasaran jagung di Kabupaten Lombok Utara yaitu : Saluran I : Petani → PAP, Saluran II : Petani → PPK → PAP, Saluran III : Petani → PPD → PAP dan Saluran IV : Petani → PPD → PPK → PAP. Aliran produk dari petani, 34 persen ke PAP, 26 persen ke PP Desa dan 41 persen ke PP Kecamatan. Aliran produk dari PP Desa, 75 persen ke PP Kecamatan dan 25 persen ke Pedagang Antar Pulau. Aliran produk dari PP Kecamatan adalah 100 persen ke Pedagang Antar Pulau. Aliran informasi berlangsung 2 arah antara Petani dengan Pedagang Antar Pulau, PP Desa dan PP Kecamatan. Saluran pemasaran yang memiliki Kinerja pemasaran terbaik adalah saluran Petani-PAP dan diikuti oleh saluran pemasaran Petani - PP Desa – PAP.

Kata kunci : jagung, kinerja, pemasaran, rantai nilai

#### ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the value chain and the performance of maize marketing in North Lombok District. The method used in this research is descriptive method. As the sample of study area is determined Gumantar and Akar-Akar Villages, in Bayan Sub-District. The collected data is then analyzed by using value chain, marketing margin and descriptive analysis. The research results show that there are four type of marketing channels, namely: channel I: Farmers → Inter-Island Traders; channel II: Farmers → Sub-District Traders Inter Island Traders; channel III: Farmers → Village Traders → Inter Island Traders; channel IV: Farmers → Village Traders → Sub-District Traders → Inter Island Traders. The total flow of corn products from farmers is as follows the flow to inter-island traders is 36%, to village traders is 26 %, and to sub-district traders is 41 %. The total flow of maize from village traders is as follows: to sub-district traders is about 75%, and to inter-island traders is about 25 %. Meanwhile the amount of maize flow from sub-district trader is 100 % to inter-island traders. The results also show that the flow of information takes places two directions, both between the farmers and the inter-island traders as well as between the village traders and the sub-district traders. Channels that have the best marketing performance are marketing channels from Farmers to inter island traders, and marketing channels from farmers to village traders and then to inter island traders respectively.

Keywords : maize, performance, marketing, value chain

## PENDAHULUAN

Jagung, merupakan salah satu komoditas strategis nasional karena kebutuhan dalam negeri cukup tinggi (Swastika et al., 2008) dan merupakan komoditas ekspor. Di dalam negeri, jagung sebagian besar diolah sebagai makanan ternak dan sebagai bahan makanan pokok. Terjadi peningkatan pemanfaatan jagung untuk makanan ternak dari sekitar 2,67 % pada tahun-an menjadi 31,17 % pada tahun 1998 (Swastika, 2002) dan sampai tahun 2007, pemanfaatan jagung untuk makanan ternak sudah melebihi 50% (Anonim, 2008). Angka ini akan terus bertambah dengan semakin berkembangnya industri makanan ternak di Indonesia. Peluang peningkatan produksi jagung di Indonesia sanagat terbuka karena lahan untuk melakukan usaha budidaya cukup luas, biaya produksi relatif rendah dan tersedianya varietas-varietas hibrida modern yang berproduksi tinggi (Swastika et al., 2008).

Dari sisi pasar, potensi pemasaran jagung terus mengalami peningkatan hal ini dapat dilihat dari semakin berkembangnya industri peternakan yang pada akhirnya akan meningkatkan permintaan jagung sebagai campuran pakan ternak, saat ini juga berkembang produk pangan dari jagung dalam bentuk tepung jagung dikalangan masyarakat. Produk tersebut banyak dijadikan bahan baku untuk pembuatan produk pangan. Dengan gambaran potensi pasar jagung tersebut tentu membuka peluang bagi petani untuk menanam jagung atau meningkatkan produksi jagung. keuntungan bertanam jagung ternyata sangat besar. Selain biji sebagai hasil utama, batang jagung merupakan bahan pakan ternak yg potensial dengan demikian dalam pengusaan jagung selain mendapat biji atau tongkol jagung, masih ditambah lagi dengan brangkasnya yang juga memiliki nilai ekonomi tinggi (Aak, 1993).

Data statistik menunjukkan bahwa Provisnis Nusa Tenggara Barat menempati urutan ketiga dalam hal produktivitas tanaman jagung pada tahun 2013, setelah Jawa Barat dan Sumatera Barat (BPS, 2014). Lebih lanjut data tersebut menunjukkan bahwa produktivitas tanaman jagung di NTB adalah 57,47 kuintal//ha sementara Jawa Barat dan Sumatera Barat secara berturut-turut adalah 72,06 dan 67,03 kuintal//ha. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa produktivitas jagung NTB masih relatif rendah dan masih berpeluang untuk dapat ditingkatkan. Semua jagung hibrida yang sudah iintroduksi dan dibudidayakan di NTB mempunyai potensi hasil yang lebih tinggi dari 10 ton/ha. Dengan demikian, pelunag untuk peningkatan produktivitas jagung masih terbuka lebar dengan cara memperbaiki teknologi budidaya tanaman.

Kabupaten Lombok Utara merupakan salah satu kabupaten yang ada di NTB sebagai sentra produksi jagung terbesar. Sebagian besar rumah tangga petani mengusahakan jagung sebagai sumber penghasilan utamanya. Untuk lebih jelasnya mengenai luas tanam, luas panen, produktivitas dan produksi jagung Kabupaten Lombok Utara tahun 2010 – 2014 disajikan pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Luas Tanam, Luas Panen, Produktivitas dan Produksi Jagung di Kabupaten Lombok Utara Tahun 2010 – 2014

No.	Tahun	Luas Tanam	Luas Panen	Produktivitas	Produksi
		(Ha)	(Ha)	(Ton/Ha)	(Ton)
1	2010	5.679	5.073	3,420	17.348
2	2011	6.288	6.084	6,460	38.301
3	2012	5.940	6.444	6,232	40.137
4	2013	6.548	6.205	6,257	38.824
5	2014	6.750	5.602	5,873	32.901

Sumber : Dinas Pertanian, Perkebunan, Kehutanan, Kelautan dan Perikanan

Namun peningkatan produksi saja, belum cukup untuk dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan petani jagung. Masih banyak faktor yang mempengaruhinya, salah satunya adalah proses pemasarannya. Banyaknya hasil produksi yang dipasarkan petani secara bersamaan pada musim panen dapat mengakibatkan turunnya harga jagung. Selain itu, kurangnya informasi harga, kualitas serta kuantitas yang diinginkan konsumen, mendesaknya kebutuhan uang untuk membayar hutang serta keperluan-keperluan lainnya, menyebabkan lemahnya posisi tawar petani jagung, sehingga lembaga-lembaga pemasaran yang berhubungan langsung dengan petani dapat memperdaya petani yaitu membeli dengan harga yang lebih murah. Perlu adanya perbaikan tatanan pemasaran jagung yang dapat memihak kepada petani. Untuk itu, penelitian mengenai rantai nilai dan kinerja pemasaran jagung dirasakan perlu untuk dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk : Menganalisis rantai nilai pemasaran jagung di Kabupaten Lombok Utara dan Menganalisis kinerja pemasaran jagung di Kabupaten Lombok Utara.

## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. dan teknik pengumpulan data dengan teknik survei.

### **Penentuan Daerah Penelitian dan Responden**

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Lombok Utara. Dari 5 kecamatan yang ada di Kabupaten Lombok Utara, ditetapkan 2 kecamatan sebagai sampel yaitu Kecamatan Bayan dan Kecamatan Kayangan. Desa Gumantar Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara dan Desa Akar-akar Kecamatan Bayan, ditetapkan sebagai sampel. Responden ditetapkan sebanyak 20 orang pada masing-masing desa sampel. Diawali dari Petani responden inilah, penelusuran Rantai Nilai pemasaran jagung dimulai, dan semua pedagang yang terdeteksi dari hasil penelusuran, terlibat dalam pemasaran jagung dari responden, akan diwawancarai sebagai responden pedagang. Penelusuran rantai nilai dalam penelitian ini, berakhir pada konsumen akhir di Pulau Lombok atau pada Pedagang Antar Pulau.

**a. Jenis Data dan Sumber Data.** Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif maupun kuantitatif. Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer.

**b. Definisi Operasional, Variabel dan Cara Pengukuran:**

1) Rantai nilai yaitu keterkaitan kegiatan antar pelaku rantai nilai dari tahapan yang diperlukan untuk membawa produk dari petani sampai kepada konsumen akhir, dalam rantai ini terdiri dari tiga aliran yaitu:

a) Aliran Produk meliputi :

- Jumlah produksi yaitu besarnya hasil produksi jagung yang dihasilkan oleh petani dalam satu kali musim tanam, dinyatakan dalam satuan kilogram (kg/musim).
- Jumlah yang dibeli yaitu komoditi jagung yang dibeli oleh pedagang yang dinyatakan dalam satuan kilogram (kg/musim).
- Jumlah yang dijual yaitu jumlah komoditi jagung yang dijual oleh petani atau pelaku pasar lainnya, dinyatakan dalam satuan kilogram (kg/musim)
- Volume pembelian adalah jumlah jagung yang dibeli oleh pedagang yang dinyatakan dalam satuan kilogram (kg/musim).
- Volume penjualan adalah jumlah jagung yang dijual oleh petani dan pedagang yang dinyatakan dalam satuan kilogram (kg/musim).

- b) Aliran Dana meliputi :
- Harga beli produk yaitu harga pembelian jagung pada tingkat konsumen akhir dan pedagang yang melakukan pembelian jagung yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
  - Harga jual produk yaitu harga jual jagung pada tingkat petani/produsen dan pedagang yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
- c) Aliran Informasi yaitu arus informasi dari hulu ke hilir dan dari hilir ke hulu. Informasi ini berupa informasi harga, kualitas, teknologi dan lain sebagainya yang terkait dalam rantai nilai jagung.
- 2) Margin harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
- 3) Biaya transaksi adalah semua biaya yang dikeluarkan, untuk keperluan transaksi jual beli yang dilakukan oleh masing-masing pelaku rantai nilai jagung yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

### **Analisis Data**

Beberapa analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

#### **1) Rantai Nilai**

Untuk mengetahui rantai nilai jagung yang ada dilakukan secara deskriptif yaitu dalam penelitian ini secara langsung menelusuri lembaga rantai nilai yang terlibat dalam pemasaran jagung mulai dari tingkat petani/produsen sampai ke konsumen akhir.

#### **2) Peran Pelaku Rantai Nilai**

Untuk mengetahui peran pelaku dalam rantai nilai jagung di Kabupaten Lombok Utara dianalisis secara deskriptif.

#### **3) Analisis Kinerja Pemasaran**

- a. Analisis kinerja pemasaran dengan pendekatan keuntungan lembaga pemasaran dan Marjin Pemasaran

$$MP = Pr - Pf = Bp + Kp$$

Dimana : MP = Marjin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat petani/produsen

Pf = Harga di tingkat Pedagang Pengecer

Bp = Biaya Pemasaran

Kp = Keuntungan Pemasaran

b. Analisis kinerja pemasaran dengan pendekatan Share Produsen

$$SPf = \frac{Pf}{Pc} \times 100 \%$$

SPf = Share Produsen

c. Analisis kinerja pemasaran dengan pendekatan Share keuntungan Antar lembaga pemasaran

$$SK = \frac{Kp}{MP} \times 100 \%$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristi responden merupakan bagian penting dari suatu penelitian untuk mengetahui keadaan responden. Adapun karakteristik responden yang dimaksud meliputi : (1) Gender, (2) Umur, (3) Pendidikan, (4) Pengalaman berusaha, (5) Pekerjaan pokok dan (6) Pekerjaan sampingan. Karakteristik respon petani jagung di Desa Gumantar Kabupaten Lombok Utara, disajikan pada tabel 2 berikut ini.

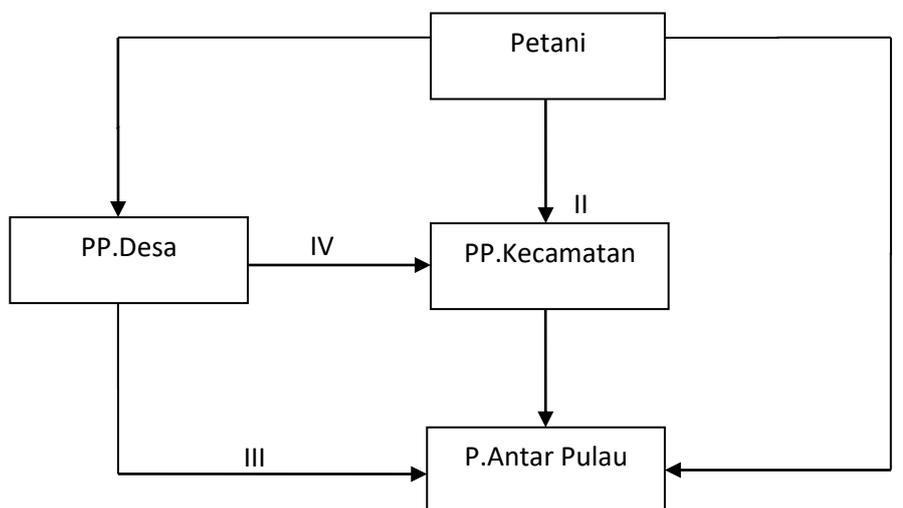
Tabel 2. Karakteristik Petani Responden di Desa Gumantar Kabupaten Lombok Utara

No.	Uraian	Satuan	Petani	Pedagang	
1	Gender (%)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laki-laki</li> <li>• Perempuan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>%</li> <li>%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>96,67</li> <li>3,33</li> </ul>		
2	Pendidikan :	%			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak tamat SD</li> <li>• Tamat SD</li> <li>• Tamat SLTP</li> <li>• Tamat SLTA</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>40</li> <li>26,67</li> <li>13,33</li> <li>20,00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>0</li> <li>42,85</li> <li>14,29</li> <li>42,85</li> </ul>	
	3	Tanggungan keluarga :	orang		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 - 2</li> <li>• 3 - 4</li> <li>• 5 - 6</li> <li>• &gt; 6</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>23,33</li> <li>63,33</li> <li>10,00</li> <li>3,33</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>14,29</li> <li>71,42</li> <li>14,29</li> <li>0</li> </ul>

4	Pengalaman Berusaha :	tahun		
	• 1 - 10		30,00	14,29
	• 11 – 20		33,33	28,57
	• 21 – 30		36,67	57,14
5	Luas lahan garapan:			
	• < 1 Ha		23,33	
	• 1 – 2 Ha		66,67	
	• > 2 Ha		10,00	

### Rantai Nilai Jagung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai nilai jagung dimulai dari petani sebagai produsen penghasil jagung dan lembaga perantara yang menyalurkan jagung tersebut ke tangan konsumen akhir. Lembaga perantara yang ikut terlibat memasarkan hasil panen yaitu Pedagang Pengumpul Desa (PPD), Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK) dan Pedagang Antar Pulau (PAP). Untuk sampai ke tangan konsumen akhir diperlukan berbagai tahapan kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing pelaku yang terlibat dalam usaha menciptakan nilai dan menghantar jagung kepada konsumen akhir. Untuk lebih jelasnya saluran rantai nilai jagung dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini:

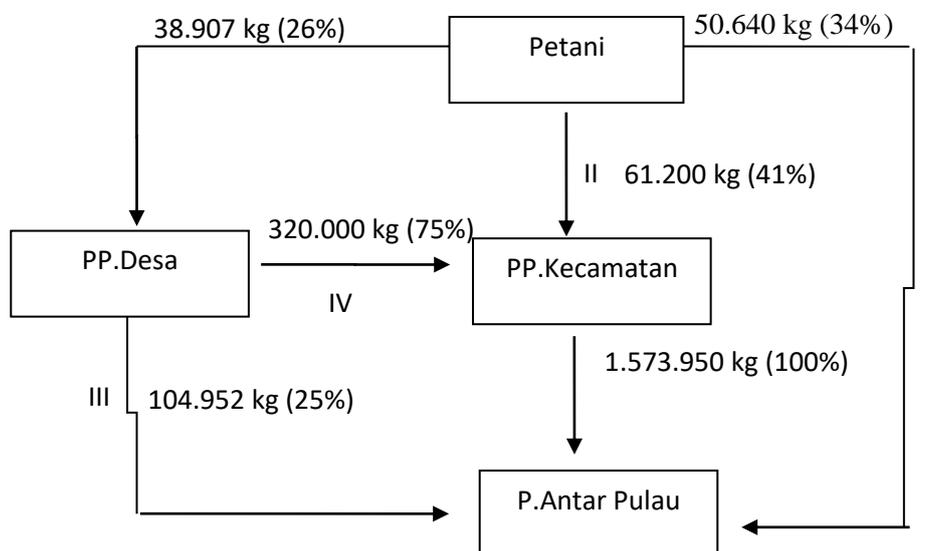


Gambar 1: Rantai Nilai Jagung di KLU

### Aliran Produk

Aliran produk berupa jagung yang telah dipipil dan dikeringkan yang mengalir mulai dari petani/produsen sampai ke pedagang antar pulau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

pelaku rantai nilai memiliki keterkaitan antar mata rantai yang menyusun rantai nilai jagung. Untuk lebih jelasnya mengenai aliran produk pada rantai nilai jagung di Kabupaten Lombok Utara dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut:



**Gambar 2.** Aliran Produk Pada Rantai Nilai Jagung di Kabupaten Lombok Utara Tahun 2017

Dari Gambar 2, dapat dilihat bahwa petani sebagai produsen/penghasil jagung pada mata rantai nilai jagung pertama yang menyalurkan produk/jagungnya melalui 3 lembaga perantara yang ada. Dari 20 responden petani dengan jumlah produksi sebesar 150.747 kg, sebanyak 34 persen hasil panen petani yang dijual langsung ke pedagang antar pulau, 41 persen menjual ke Pedagang Pengumpul Kecamatan dan 26 persen menjual ke Pedagang Pengumpul Desa.

Pedagang pengumpul desa merupakan mata rantai kedua yang mengumpulkan jagung dari petani untuk selanjutnya dijual ke pedagang pengumpul kecamatan dan pedagang antar pulau. Dari 3 orang pedagang pengumpul desa dengan total volume pembelian sebesar 422.000 kg sebanyak 2 orang pedagang pengumpul desa yang menyalurkan jagungnya ke pedagang pengumpul kecamatan dengan volume penjualan sebesar 320.000 kg (75%) sedangkan hasil pembelian dari petani yang dijual ke pedagang antar pulau hanya 1 orang PPD dengan volume penjualan sebesar 104.952 kg (25%).

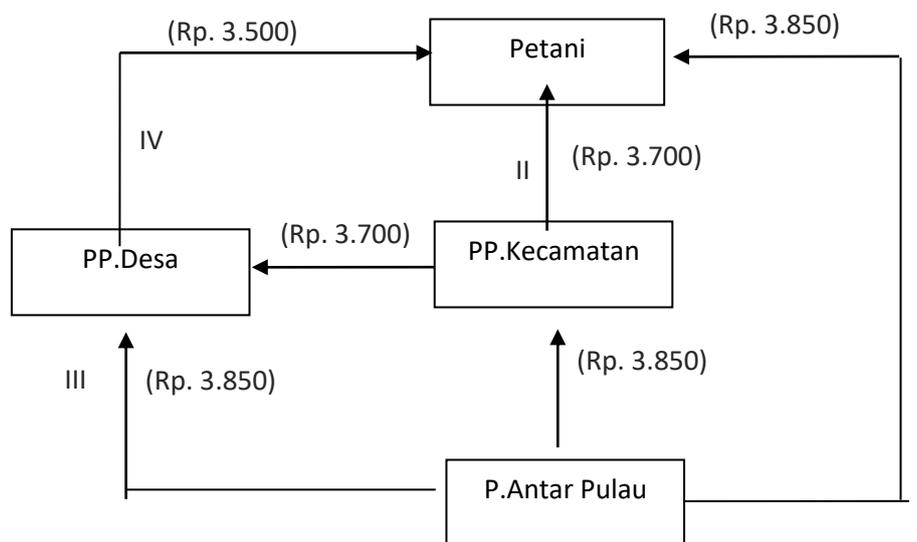
Pedagang pengumpul kecamatan merupakan mata rantai ketiga yang mengumpulkan jagung dari petani maupun dari pedagang pengumpul desa. Jagung yang dibeli akan disimpan dalam gudang penyimpanan untuk selanjutnya melakukan proses

pengeringan kembali terhadap jagung yang dibelinya jika kadar air masih cukup tinggi. Hasil pengumpulan jagung akan disalurkan semua ke pedagang antar pulau dengan volume penjualan sebesar 1.573.950 kg (100%).

Pedagang antar pulau merupakan mata rantai keempat yang mengumpulkan jagung dari petani, pedagang pengumpul desa dan pedagang pengumpul kecamatan. Sebelum dijual ke pembeli antar pulau, jagung akan disimpan dalam gudang penyimpanan untuk selanjutnya dilakukan penanganan pasca panen lebih lanjut agar kualitas dan mutu sesuai standar yang diinginkan pembeli antar pulau yang berada di Surabaya.

### Aliran Dana

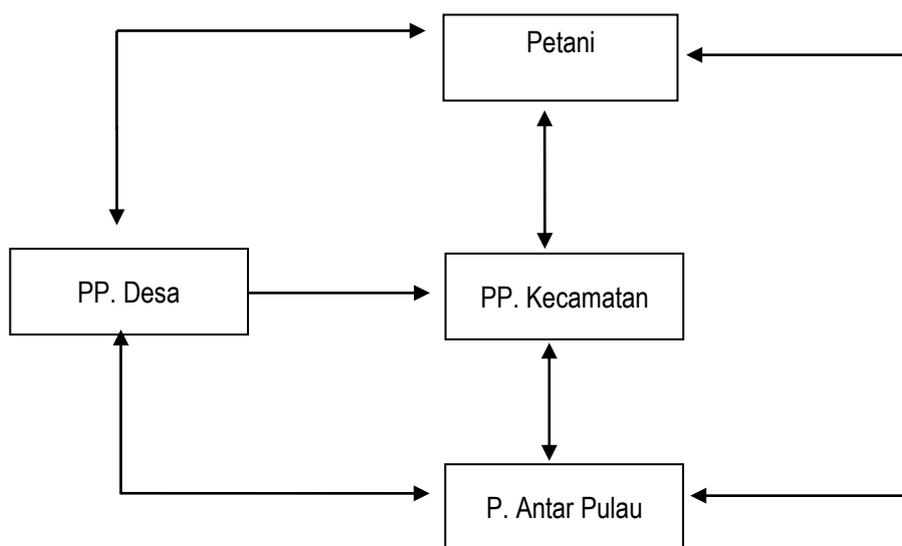
Aliran dana atau uang adalah pergerakan uang berupa harga beli di tiap aliran yang mengalir dari pedagang antar pulau sampai ke petani. Perbedaan harga beli ditingkat pedagang menyebabkan perbedaan selisih keuntungan di tiap mata rantai nilai jagung. Untuk lebih jelasnya mengenai aliran dana dapat dilihat pada gambar 3 sebagai berikut:



**Gambar 3.** Aliran Dana Pada Rantai Nilai Jagung di Kabupaten Lombok Utara Tahun 2017

### Aliran Informasi

Aliran informasi adalah arus informasi berupa jumlah jagung yang tersedia ditingkat petani dan pedagang pengumpul, informasi harga, informasi kualitas yang diinginkan pembeli, sarana transportasi jagung dan informasi lainnya antara mata rantai nilai yang menyusun rantai nilai jagung. Aliran informasi tersebut bergerak dari hulu ke hilir dan dari hilir ke hulu dimana semua pelaku rantai nilai saling membutuhkan dan saling menginformasikan hal-hal yang terkait dengan rantai nilai jagung. Untuk lebih jelasnya mengenai aliran informasi pada rantai nilai jagung di Kabupaten Lombok Utara dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut:



**Gambar 4.** Aliran Informasi pada Rantai Nilai Jagung di Kabupaten Lombok Utara Tahun 2017

### Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran jagung di Kabupaten Lombok Utara, dinilai berdasarkan 3 kriteria yaitu, Merjin pemasaran, Share Produsen dan Sahre keuntungan pemasaran terhadap marjin pemasaran. Hasil analisisnya disajikan pada table 3 berikut ini :

**Tabel 3.** Distribusi Biaya Pemasaran, Keuntungan pemasaran, Margin Harga dan Share Produsen Pada Beberapa Saluran Rantai Nilai Jagung di Kabupaten Lombok Utara Tahun 2017.

No	Uraian	Saluran Rantai Nilai			
		I (Rp/Kg)	II (Rp/Kg)	III (Rp/Kg)	IV (Rp/Kg)
1	Total Biaya Transaksi		88	139	208
2	Total Keuntungan pemasaran		62	211	167
3	Total Margin pemasaran		150	350	375
4	Share keuntungan pemasaran (%)		41	60	45
5	Share produsen (%)	100	96	91	90

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat empat saluran rantai nilai jagung di Kabupaten Lombok Utara yaitu:
  - Saluran I : Petani → PAP
  - Saluran II : Petani → PPK → PAP
  - Saluran III : Petani → PPD → PAP
  - Saluran IV : Petani → PPD → PPK → PAP
2. Aliran produk dari petani ,34 persen ke PAP, 26 persen ke PP Desa dan 41 persen ke PP Kecamatan. Aliran produk dari PP Desa, 75 persen ke PP Kecamatan dan 25 persen ke Pedagang Antar Pulau. Aliran Produk dari PP Kecamatan adalah 100 persen ke Pedagang Antar Pulau.
3. Aliran informasi berlangsung 2 arah antara Petani dengan Pedagang Antar Pulau, PP Desa dan PP Kecamatan.
4. Pelaku rantai nilai memiliki peran dalam kegiatan rantai nilai yaitu:
  - a. Petani berperan sebagai penghasil jagung yang melakukan proses budidaya tanaman hingga proses pasca panen dan melakukan penjualan ke pedagang pengumpul yang ada.

- b. Pedagang pengumpul desa berperan membeli jagung dari petani, mensortir, mengemas dan menjualnya kembali ke pedagang pengumpul kecamatan atau pedagang antar pulau.
  - c. Pedagang pengumpul kecamatan berperan membeli jagung dari petani dan pedagang pengumpul desa, mengeringkan, mensortir, mengemas dan menjual jagung ke pedagang antar pulau.
  - d. Pedagang antar pulau berperan membeli jagung dari pedagang pengumpul atau petani, mengeringkan, mensortir, mengemas dan mengirim jagung ke pembeli antar pulau.
5. Saluran pemasaran yang memiliki Kinerja pemasaran terbaik adalah saluran Petani-PAP dan diikuti oleh saluran pemasaran Petani-PP Desa –PAP.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan, maka dapat disarankan bahwa:

1. Petani dan lembaga pemasaran diharapkan dapat menjalin hubungan secara emosional dengan prinsip saling memerlukan dan saling membutuhkan sehingga tidak terjadi kesenjangan antara keinginan dengan kenyataan yang diperoleh pelaku dalam rantai nilai jagung.
2. Sebagai peneliti menyarankan kepada pemerintah maupun kepada pihak swasta untuk membantu para petani meningkatkan produktivitas usahatani dan agribisnis jagung melalui pendampingan terkait dengan budidaya, perlakuan pascapanen dan bantuan keuangan yang berkelanjutan.

### DAFTAR PUSTAKA

Aak, 1993. Teknik Bercocok Tanam Jagung. Kanisius. Yogyakarta.

Anonim, 2008. Produktivitas Meningkat, Indonesia siap jadi net-eksportir jagung. <http://antonapriyantono.com/2006/06/04/produktivitas-meningkat-indonesia-siap-jadi-net-eksportir-jagung>. Diakses tanggal 11 Desember 2008.

Budiman, H., 2010. Sukses bertanam jagung. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.

BPS, 2014. Tanaman Pangan. [http://www.bps.go.id/tmn\\_pgn\\_php](http://www.bps.go.id/tmn_pgn_php) Diakses tanggal 9 Desember 2008.

Dinas Pertanian, Perkebunan, Kehutanan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Lombok Utara, 2015. Luas Panen, Luas Tanam, Produktivitas dan Produksi Jagung di Kabupaten Lombok Utara.

Harjunadi, 2015. Analisis Kinerja Ekonomi Usahatani Jagung Hibrida pada Lahan Irigasi Air Tanah di Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Mataram.

Huda, K. 2014. Analisis Rantai Nilai Komoditi Ikan Bandeng di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati [Skripsi, unpublished]. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Jawa Tengah, Indonesia.

Kotler, 2000. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Prenhalindo. Jakarta.

Maulana, 2015. Analisis Rantai Nilai Jagung di Kabupaten Dompu. Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Mataram.

Nazir, M., 1988. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Bogor.

Rukmana, R, 1997. Usahatani jagung. kanisus. Yogyakarta.

Zurfiana, Juniatin, 2015. Analisis Biaya dan Pendapatan Usahatani Jagung dengan Benih Hibrida dan Lokal di Kabupaten Lombok Utara. Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Mataram.