

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMASARAN JAGUNG HIBRIDA DI DESA SONDOANG KECAMATAN KALUKKU KABUPATEN MAMUJU

Supardi Hasanuddin¹, Ridwan², Karmila³
#Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tomakaka^{1,2,3}
Jl. Ir. Juanda Kabupaten Mamuju
#dosen.ridwan@gmail.com

Abstract— This study aims to analyse the factors affecting hybrid maize marketing in Sondoang Village, Kalukku Sub-district, Mamuju District. Hybrid maize is an important commodity in the agriculture and livestock sectors, making its marketing a crucial aspect in improving farmers' welfare. The research method used is descriptive with a quantitative approach, and data collection techniques are through surveys and questionnaires to local hybrid maize farmers. The results show that the main factors affecting hybrid maize marketing are production costs and selling price. Partially, production costs have a positive effect on marketing, where an increase in production costs tends to increase marketing volume. In contrast, selling price has no significant effect on hybrid maize marketing. In addition, limited distribution channels and maize grain quality also play a role in determining marketing success. Therefore, strategies to increase production cost efficiency and expand market access are needed to improve the competitiveness of hybrid maize farmers in the area.

Intisari— Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran jagung hibrida di Desa Sondoang, Kecamatan Kalukku, Kabupaten Mamuju. Jagung hibrida merupakan komoditas penting dalam sektor pertanian dan peternakan, sehingga pemasarannya menjadi aspek krusial dalam meningkatkan kesejahteraan petani. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, serta teknik pengumpulan data melalui survei dan kuesioner terhadap petani jagung hibrida setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi pemasaran jagung hibrida adalah biaya produksi dan harga jual. Secara parsial, biaya produksi berpengaruh positif terhadap pemasaran, di mana peningkatan biaya produksi cenderung meningkatkan volume pemasaran. Sebaliknya, harga jual tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pemasaran jagung hibrida. Selain itu, keterbatasan jalur distribusi dan kualitas biji jagung juga berperan dalam menentukan keberhasilan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan strategi peningkatan efisiensi biaya produksi dan perluasan akses pasar untuk meningkatkan daya saing petani jagung hibrida di daerah tersebut..

Kata Kunci— pemasaran, jagung hibrida, biaya produksi, harga jual, distribusi.

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dengan mayoritas penduduknya bergantung pada sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama. Sektor ini memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam

menyediakan bahan pangan dan pakan ternak. Salah satu komoditas unggulan yang banyak dibudidayakan adalah jagung (*Zea mays* L.), yang memiliki nilai strategis baik sebagai bahan makanan pokok maupun sebagai bahan baku pakan ternak. Permintaan jagung yang terus meningkat setiap tahunnya mendorong para petani untuk meningkatkan produksi dan memperluas usaha taninya.

Jagung hibrida menjadi pilihan utama bagi petani karena memiliki keunggulan dalam produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan varietas lokal. Di Desa Sondoang, Kecamatan Kalukku, Kabupaten Mamuju, banyak petani yang beralih ke budidaya jagung hibrida sebagai sumber pendapatan utama. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, para petani sering kali menghadapi berbagai kendala dalam proses pemasaran hasil panennya. Salah satu tantangan utama adalah sistem pemasaran yang masih bergantung pada pengepul sebagai perantara utama. Hal ini membuat petani tidak memiliki kendali penuh atas harga jual produk mereka.

Selain keterbatasan jalur pemasaran, faktor kualitas jagung juga sangat berpengaruh terhadap harga jual dan daya saing di pasar. Kualitas biji jagung sering kali dipengaruhi oleh kadar air, biji berjamur, dan kerusakan akibat serangan hama serta proses pasca panen yang kurang optimal. Jagung yang tidak memenuhi standar kualitas akan sulit diterima oleh perusahaan pakan ternak, sehingga menghambat peluang pemasaran yang lebih luas. Oleh karena itu, petani perlu meningkatkan teknik budidaya dan pengelolaan pasca panen agar dapat menghasilkan jagung dengan kualitas yang lebih baik.

Selain faktor internal dari produksi dan kualitas, aspek eksternal seperti biaya produksi dan fluktuasi harga pasar juga menjadi faktor yang mempengaruhi pemasaran jagung hibrida. Biaya produksi yang tinggi, termasuk biaya pupuk, pestisida, dan tenaga kerja, sering kali menjadi beban bagi petani. Di sisi lain, harga jual jagung yang tidak stabil dan lebih banyak ditentukan oleh pengepul membuat petani berada dalam posisi yang kurang menguntungkan. Tanpa akses langsung ke pasar yang lebih luas, petani sulit mendapatkan keuntungan maksimal dari hasil panennya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran jagung hibrida di Desa Sondoang. Dengan mengetahui faktor-faktor yang berperan dalam

pemasaran, diharapkan dapat ditemukan solusi yang dapat membantu petani meningkatkan pendapatan dan mengoptimalkan sistem distribusi jagung hibrida. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif bagi petani jagung di daerah tersebut..

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran jagung hibrida di Desa Sondoang, Kecamatan Kalukku, Kabupaten Mamuju. Metode ini dipilih untuk menggambarkan kondisi pemasaran jagung hibrida secara objektif berdasarkan data yang diperoleh langsung dari petani.

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Sondoang, Kecamatan Kalukku, Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya jumlah petani yang menanam jagung hibrida serta berbagai permasalahan yang mereka hadapi dalam pemasaran hasil panen. Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, yaitu pada Juli hingga Agustus 2023.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada petani jagung hibrida di wilayah penelitian. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda untuk menganalisis hubungan antara variabel independen (biaya produksi dan harga jual) dengan variabel dependen (pemasaran jagung hibrida).

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani jagung hibrida di Desa Sondoang yang berjumlah 322 orang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode Simple Random Sampling dengan rumus Slovin dan tingkat kesalahan 15%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 39 petani sebagai responden..

III. METODE ANALISIS DATA

Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (biaya produksi dan harga jual) terhadap variabel dependen (pemasaran jagung hibrida). Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak **SPSS versi 25**.

1) Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan **uji asumsi klasik** untuk memastikan model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan statistik, yang meliputi:

- **Uji Normalitas:** Menguji apakah data berdistribusi normal menggunakan metode **Kolmogorov-Smirnov Test** serta analisis grafik histogram dan P-P Plot.
- **Uji Heteroskedastisitas:** Menguji apakah terdapat varians yang tidak sama dalam model regresi dengan menggunakan **Scatterplot**. Jika titik-titik menyebar secara

acak tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

- **Uji Multikolinearitas:** Menguji apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen dengan melihat nilai **Tolerance** dan **Variance Inflation Factor (VIF)**. Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- **Uji Autokorelasi:** Menggunakan **Durbin-Watson (DW Test)** untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar residual dalam model regresi.

2) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh **biaya produksi (X1) dan harga jual (X2) terhadap pemasaran jagung hibrida (Y)**. Persamaan regresi linear yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana:

Y = Pemasaran jagung hibrida

a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien regresi

X1 = Biaya produksi

X2 = Harga jual

e = Error atau kesalahan pengganggu

3) Uji Hipotesis

Setelah regresi dilakukan, uji hipotesis dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen.

- **Uji Parsial (Uji t):** Menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Jika nilai **t-hitung** > **t-tabel** dan **p-value** < **0,05**, maka variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pemasaran jagung hibrida.
- **Uji Simultan (Uji F):** Menguji apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika **F-hitung** > **F-tabel** dan **p-value** < **0,05**, maka kedua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap pemasaran jagung hibrida.

4) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai **R²** yang tinggi menunjukkan bahwa variabel biaya produksi dan harga jual memiliki kontribusi besar terhadap variasi pemasaran jagung hibrida.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1) Biaya

Biaya produksi merupakan biaya yang dipakai dalam pengelolaan usahatani dalam jangka waktu tertentu. Biaya produksi yang digunakan oleh Petani Jagung Hibrida Di Desa Sondoang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju dapat dilihat pada tabel 1.10 dibawah ini.

TABEL I
BIAYA PRODUKSI PETANI JAGUNG HIBRIDA DI DESA SONDOANG
KECAMATAN KALUKKU KABUPATEN MAMUJU

| No | Biaya Produksi | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|-------------------------|--------|----------------|
| 1 | 3,245,375 - 4,979,500 | 18 | 46 |
| 2 | 5,019,500 - 8,841,500 | 11 | 28 |
| 3 | 11,860,250 - 12,387,500 | 5 | 13 |
| 4 | ≥16,720,500 | 5 | 13 |
| Total | | 39 | 100% |

Sumber : Data Primer telah diolah, 2023

Pada tabel 1 diketahui bahwa Biaya Produksi yang digunakan oleh Petani Jagung Hibrida Di Desa Sondoang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju adalah 3,245,375 - 4,979,500 digunakan oleh 18 orang dengan persentase 46%, biaya produksi 5,019,500 - 8,841,500 digunakan oleh 11 orang petani dengan persentase 28%, biaya produksi 11,860,250 - 12,387,500 digunakan oleh 5 orang dengan persentase 13%, dan biaya produksi ≥16,720,500 digunakan oleh 5 orang dengan persentase 13%.

2) Harga Jual

Harga jual merupakan jumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Harga jual yang digunakan oleh Petani Jagung Hibrida Di Desa Sondoang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

TABEL II
HARGA JUAL PETANI JAGUNG HIBRIDA DI DESA SONDOANG KECAMATAN
KALUKKU KABUPATEN MAMUJU

| No | Harga Jual | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|---------------|--------|----------------|
| 1 | 4,000 - 4,200 | 15 | 46 |
| 2 | 4,250 - 4,350 | 12 | 28 |
| 3 | 4,450 - 4,550 | 10 | 13 |
| 4 | ≥ 4800 | 2 | 13 |
| Total | | 39 | 39 |

Sumber : Data Primer telah diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1.11 diketahui bahwa Harga Jual yang digunakan Petani Jagung Hibrida Di Desa Sondoang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju. 4,000 - 4,200 digunakan oleh 15 orang dengan persentase 38%, harga jual 4,250 - 4,350 digunakan oleh 12 orang dengan persentase 31%, harga jual 4,450 - 4,550 digunakan oleh 10 orang dengan persentase 26% dan harga jual ≥4,800 digunakan oleh 2 orang dengan persentase 5%.

B. Analisis Data Penelitian

1) Uji Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini penulis menggunakan program SPSS v 25 dengan hasil sebagai berikut

TABEL 3
UNI NORMALITAS

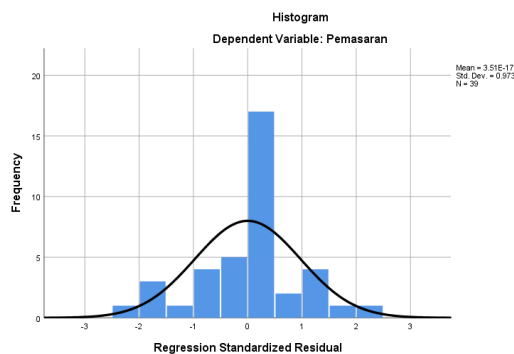
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|--|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 39 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .61431802 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .160 |
| | Positive | .160 |
| | Negative | -.157 |
| Test Statistic | | .160 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .013 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

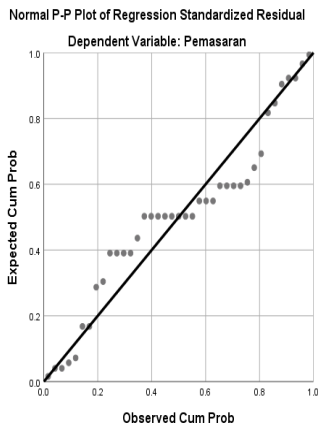
Berdasarkan tabel 1.12 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) yakni 0,013 lebih besar dari 0,05 maka asumsi normalitas terpenuhi dengan dasar pengambilan keputusan nilai Probabilitas (Asymp.Sig) > dari 0,05 yang berarti residual (data) yang dibentuk model regresi linear berdistribusi normal. Sehingga data tersebut dapat digunakan pada pengujian berikutnya.

Pada uji kurva normalitas dengan menggunakan grafik histogram dan P-Plot SPSS adalah sebagai berikut



Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)

Gambar 1.3 Histogram Uji Normalitas



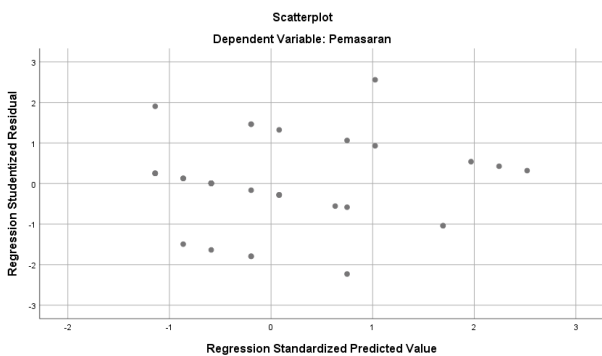
Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)
Gambar 1.4 P-Plot SPSS Uji Normalitas

Berdasarkan hasil output di atas melalui grafik histogram dan P-Plot, dapat dilihat pada grafik histogram yaitu data didalam garis melengkung yang membentuk pola lonceng terbalik dan titik tertinggi pada garis melengkung sejajar dengan 0, sedangkan pada grafik P-P-Plot yaitu dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka dari residual tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun metode heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan grafik Scatterplot dependen variabel. Jika nilai-nilai sebaran data tidak ada yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun Uji Heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)
Gambar 1.5 Grafik Scatterplot

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa penyebaran nilai- nilai residual menyebar diatas dan dibawah angka 0 atau sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan hasil tersebut dapat dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas

(independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai VIF (Variance Inflation Factor) kurang dari 10 dan mempunyai angka tolerance lebih dari 0,1.

TABEL IV
UJI MULTIKOLINEARITAS

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|----------------|------------|-------------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized | | Standardize | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 1.520 | .323 | | | |
| | BiayaPr oduksi | .253 | .097 | .401 | .982 | 1.019 |
| | HargaJ ual | .074 | .111 | .103 | .982 | 1.019 |

a. Dependent Variable: Pemasaran

Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)

Berdasarkan output di atas melalui tabel coefficients, dapat dilihat bahwa nilai VIF dari Biaya Produksi sebesar 1.019 dan Harga Jual sebesar 1.019 artinya nilai VIF yang diperoleh lebih kecil dari pada 10 sedangkan nilai tolerance Biaya Produksi sebesar 0,982 dan Harga Jual sebesar 0,982 artinya lebih besar dari pada 0,1. Dari hasil nilai VIF Dan tolerance dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoleniaritas antara variabel independen dengan model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regesi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Uji autokorelasi dilakukan jika suatu penelitian menggunakan data time series. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson, Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu nilai $du < dw < 4-du$. Berikut ini merupakan hasil dari uji Autokorelasi:

TABEL IV
UJI AUTOKORELASI

Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .400 ^a | .160 | .114 | .631 | 1.705 |

a. Predictors: (Constant), HargaJual, BiayaProduksi
b. Dependent Variable: Pemasaran

Berdasarkan output di atas dapat diketahui nilai Durbin Watson sebesar 1.705, sedangkan nilai DW berdasarkan $n = 39$ dan $K = 2$, diperoleh nilai $du = 1.5969$ dan $4-du = 2,4031$ maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi dengan syarat $1,5969 < 1.705 < 2,4031$.

C. Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda yang dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan analisis regresi menggunakan SPSS versi 25. Adapun hasil regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

TABEL V
ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.520 | .323 | | 4.707 | .000 |
| | BiayaProduksi | .253 | .097 | .401 | 2.601 | .013 |
| | HargaJual | .074 | .111 | .103 | .667 | .509 |

a. Dependent Variable: Pemasaran

Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)

Berdasarkan output pengukuran regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka persamaan regresi adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$P = 1,520 + 0,253 + 0,074 + e$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Angka konstanta sebesar 1,520 menyatakan bahwa apabila biaya produksi dan harga jual memiliki nilai yang sama dengan nol (0), maka variabel pemasaran sebesar 1,520
- b) Nilai koefisien variabel biaya produksi sebesar 0,253 dan bernilai positif, artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan biaya produksi jagung hibrida sebesar 1%, maka pemasaran akan naik juga sebesar 0,253 (25,3%) begitupun sebaliknya. Dengan demikian biaya produksi berpengaruh positif terhadap pemasaran, artinya semakin tinggi biaya produksi maka akan semakin tinggi pula hasil pemasaran yang di peroleh.
- c) Nilai koefisien variabel Harga Jual sebesar 0,074 dan bernilai positif, apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap peningkatan harga jual satu satuan maka akan menaikkan variabel Y.

D. Uji Hipotesis

a) Uji Simultan (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama atau serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap pemasaran jagung hibrida di Desa Sondoang Kecamatan mamuju.

TABEL VI
HARGA JUAL PETANI JAGUNG HIBRIDA DI DESA SONDOANG KECAMATAN KALUKKU KABUPATEN MAMUJU

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| | Regression | 2.736 | 2 | 1.368 | 3.434 | .043 ^b |
| | Residual | 14.341 | 36 | .398 | | |
| | Total | 17.077 | 38 | | | |

a. Dependent Variable: Pemasaran
b. Predictors: (Constant), HargaJual, BiayaProduksi

Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)

Berdasarkan hasil output di atas melalui tabel Anova. Menunjukkan bahwa pengujian signifikan variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat menggunakan uji F, diketahui bahwa Fhitung = 3,434 dan untuk mencari nilai Ftabel tersebut di uji pada taraf signifikan 0,05 dengan nilai $df = (k;n-k)$, $df = (2;39-2) = 2;37$ dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independen. Jadi dapat dilihat pada tabel distribusi F kolom 2 baris 37 bahwa Ftabel sebesar 3,25, sehingga dapat diperoleh bahwa Fhitung > Ftabel yaitu 3,434 > 3,25, H0 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan harga jual secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap pemasaran.

b) Uji Parsial (uji-t)

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk menguji apakah besar atau kuatnya hubungan antara variabel bebas (biaya produksi dan harga jual) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (pemasaran).

TABEL V
UJI PARSIAL (UJI-T)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.520 | .323 | | 4.707 | .000 |
| | BiayaProduksi | .253 | .097 | .401 | 2.601 | .013 |
| | HargaJual | .074 | .111 | .103 | .667 | .509 |

a. Dependent Variable: Pemasaran

Sumber : Hasil pengolahan spss v 25 (data diolah, 2023)

Berdasarkan hasil output diatas coefficientst, dapat dilihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa thitung biaya produksi sebesar 2,601 dan untuk mencari ttabel dapat dilihat pada tabel statistik nilai ttabel dengan nilai $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k-1)$, $df = (39-2-1) = 36$. Dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independen. Maka nilai yang diperoleh untuk ttabel sebesar 1.68830. Hasil analisis uji t pada variabel biaya produksi menunjukkan bahwa nilai thitung > ttabel (2,601 > 1.688) artinya Ho diterima , jadi dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi secara parsial berpengaruh positif terhadap pemasaran.

Pada t_{hitung} variabel harga jual sebesar 0,667 jadi dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,667 < 1,688$) artinya H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa harga jual secara parsial tidak berpengaruh terhadap pemasaran.

E. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pemasaran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap pemasaran, ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan adanya pengaruh, yaitu dengan Hasil analisis uji t pada variabel biaya produksi menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,601 > 1,688$) artinya H_0 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi secara parsial berpengaruh positif terhadap pemasaran artinya jika biaya produksi semakin besar maka pemasaran pun akan naik dan begitupun sebaliknya jika biaya produksi sedikit maka pemasaran pun akan menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep penelitian Adriyanah (2017) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan dan hubungannya bersifat positif searah perubahannya terhadap volume penjualan, semakin meningkat biaya produksi yang dikeluarkan maka akan semakin besar pemasaran yang dihasilkan.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian Dina (2019) yang berjudul pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap volume penjualan perusahaan manufaktur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh yang besar terhadap volume penjualan produk perusahaan, dengan adanya pengendalian biaya produksi maka perusahaan akan dapat membandingkan volume penjualan dengan terjualnya semua produk perusahaan dengan biaya yang telah dikeluarkan, artinya semakin baik pengendalian biaya produksi dengan menganggarkan biaya pembelian bahan baku sesuai dengan produk yang akan diproduksi semakin baik pula volume penjualan produk perusahaan.

F. Pengaruh Harga Jual Terhadap Pemasaran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pada t_{hitung} variabel harga jual sebesar 0,667 jadi dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,667 < 1,688$) artinya H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa harga jual secara parsial tidak berpengaruh terhadap pemasaran.

Penelitian ini didukung oleh Handayani (2020) yang berjudul pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap pendapatan, setelah melakukan uji parsial (uji t) maka hasil penelitian menunjukkan bahwa H_0 ditolak artinya secara parsial (uji t) harga jual tidak berpengaruh terhadap pendapatan, sedangkan biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan. Artinya semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan maka akan semakin besar pendapatan yang dihasilkan.

Penelitian ini didukung oleh Indah (2020) yang berjudul pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap omzet penjualan (study kasus PT. sandana istana multigas), berdasarkan hasil uji parsial (uji t) setelah di uji di SPSS versi 25.0 maka hasil penelitian ini menunjukkan harga jual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap omzet penjualan.

G. Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan biaya produksi dan harga jual berpengaruh terhadap pemasaran, ini dibuktikan Berdasarkan uji signifikan simultan (uji f) diketahui nilai dari F_{hitung} adalah sebesar 3,434 dan nilai F_{tabel} adalah sebesar 3,25 (diketahui dari lampiran F_{tabel}) artinya ($3,434 > 3,25$) yang artinya H_0 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan harga jual secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap pemasaran.

Penelitian ini di dukung oleh anjuman Zukhri (2014) yang berjudul pengaruh biaya pemeliharaan dan harga jual terhadap pendapatan petani cengkeh di desa tirtasari pada tahun 2014, berdasarkan hasil signifikan simultan (uji f) hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya pemeliharaan dan harga jual berpengaruh terhadap pendapatan petani cengkeh di desa tirtasari.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Handayani (2020) yang berjudul pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap pendapatan, berdasarkan hasil signifikan simultan (uji f) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga jual dan biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan berpengaruh terhadap pendapatan

Penelitian ini didukung oleh Indah (2020) yang berjudul pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap omzet penjualan, berdasarkan hasil uji SPSS 25.0 Signifikan simultan (uji f) maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan harga jual secara simultan berpengaruh positif atau berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap omzet penjualan

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Sondoang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju berdasarkan latar belakang masalah, landasan teori, dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Biaya produksi secara parsial berpengaruh positif terhadap Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Sondoang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju artinya apabila biaya produksi jagung hibrida naik maka pemasaran akan meningkat pula begitupun sebaliknya, artinya semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan petani maka akan semakin tinggi pula hasil pemasaran yang di peroleh.
2. Harga Jual secara parsial tidak berpengaruh terhadap Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Sondoang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju.
3. Biaya produksi dan harga jual secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Sondoang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju.

● UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Tomakaka Mamuju, atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga dalam penyusunan penelitian ini. Penulis sangat menghargai kesediaan responden yang telah meluangkan waktu dan memberikan data yang diperlukan untuk penelitian ini. Selain itu, terima kasih juga ditujukan kepada keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan doa, motivasi, serta dukungan moral selama proses penelitian berlangsung. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik dan sektor perikanan, serta menjadi referensi bagi pihak yang berkepentingan dalam pengembangan usaha perikanan tangkap..

● DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanah. (2017). Pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 45-60.
- Anang Firmansyah, S. (2020). *Komunikasi pemasaran*. CV. Penebit Qiara Media.
- Arfa. (2010). *Sistem akuntansi*. Salemba Empat.
- Carter, K. W. (2009). *Akuntansi biaya: Cost accounting* (Buku 2, Edisi 14). Salemba Empat.
- Dina. (2019). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap volume penjualan perusahaan manufaktur. *Jurnal Manajemen Produksi*, 8(1), 30-42.
- Handayani. (2020). Pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap pendapatan. *Jurnal Pemasaran dan Keuangan*, 12(3), 78-91.
- Hazriati, M. (2019). Pengaruh laba bersih, arus kas operasi, dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada PT. Waskita Karya Tbk (Persero) Medan. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 15(2), 50-65.
- Ibrahim, J. T. (2020). Metode penelitian soal ekonomi pertanian. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 5(1), 22-34.
- Indah. (2020). Pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap omzet penjualan (Studi kasus PT. Sandana Istana Multigas). *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 11(4), 55-70.
- Iqbal, H. (2004). *Analisis data dengan statistik*. PT. Bumi Aksara.
- Iratna. (2021). Pengaruh penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan (Studi kasus PT. Olam Indonesia Cabang Mamuju Periode Tahun 2018-2020). *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(3), 40-55.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1, Terjemahan oleh A. Maulana & W. Hardani). Erlangga.
- Mahardika, I. P. (2017). *Perpajakan* (Edisi Tax Amnesty, Cetakan 1). Quandrant.
- Muliana, P. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan produk pada mini market Colour's Mart Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2), 88-102.
- Nababan. (2009). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani jagung di Kecamatan Tiga Binanga Kabupaten Karo. *Jurnal Agribisnis dan Pertanian*, 6(1), 35-50.
- Nyoto. (2016). Analisis keuntungan dan sistem pemasaran jagung di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*, 10(4), 25-40.
- Pamungkas. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pemegang usaha waralaba (Studi kasus pada waralaba makanan dan minuman lokal di Kota Semarang). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), 67-80.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Syamsia, A. I. (2019). *Produksi benih jagung hibrida*. Nas Media Pustaka.
- Zuhri, A. (2014). Pengaruh biaya pemeliharaan dan harga jual terhadap pendapatan petani cengkeh di Desa Tirtasari. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(3), 55-70.