

ABSTRAK

SALURAN PEMASARAN JAGUNG PIPIL DI KELURAHAN TAMANJAYA KECAMATAN TAMANSARI KOTA TASIKMALAYA

Oleh
IMEL INSANI FITROTUL RUSWANDI
205009102

Dosen Pembimbing
Dwi Apriyani
Dedi Darusman

Tamanjaya menjadi sentra program Pengembangan Kawasan Jagung oleh (DKPPP) Kota Tasikmalaya, namun harga jual yang diterima petani masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran jagung pipil, serta fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Selain itu, penelitian ini menganalisis biaya, keuntungan, dan margin pemasaran yang terjadi pada setiap saluran pemasaran, serta mengukur *farmer's share* pada masing-masing saluran. Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan 30 sampel petani jagung. Saluran pemasaran ditentukan dengan pendekatan langsung menggunakan metode *snowball sampling*. Terdapat tiga saluran pemasaran jagung pipil di Kelurahan Tamanjaya : Saluran I: Petani - Pedagang Pengumpul I - Pabrik Pakan, Saluran II: Petani - Pedagang Pengepul II - Pedagang Besar - Konsumen, Saluran III: Petani - Pedagang Pengepul II - Peternak Ayam. Fungsi pemasaran yang dilaksanakan mencakup fungsi pertukaran seperti pembelian dan penjualan, yang dilakukan oleh semua lembaga pemasaran di setiap saluran. Fungsi fisik seperti penyimpanan dan pengangkutan juga dilakukan oleh seluruh lembaga pemasaran, serta fungsi penyediaan sarana termasuk informasi pasar dan pembiayaan. Biaya pemasaran pada Saluran I sebesar Rp.372, pada Saluran II Rp.717 dan pada Saluran III Rp321. Keuntungan pemasaran pada Saluran I sebesar Rp,627 Saluran II Rp1.603, dan Saluran III Rp.1.179. Margin pemasaran pada Saluran I sebesar Rp1.000, Saluran II Rp3.500, dan Saluran III Rp1.500. Farmer's share pada Saluran I sebesar 75%, Saluran II 50%, dan Saluran III 70%, dengan Saluran I sebagai saluran paling efisien.

Kata kunci : Saluran pemasaran, jagung pipil, *farmer's share*.

ABSTRACT

MARKETING CHANNELS FOR PILLED CORN IN TAMANJAYA VILLAGE, TAMANSARI DISTRICT, TASEK MALAYA CITY

By

**Imel Insani Fitrotul Ruswandi
205009102**

Supervisor

**Dwi Apriyani
Dedi Darusman**

Tamanjaya is the center of the Corn Area Development program by (DKPPP) Tasikmalaya City, but the selling price received by farmers is still low. This research aims to identify the marketing channels for shelled corn, as well as the marketing functions carried out by each marketing institution. In addition, this research analyzes marketing costs, profits and margins that occur in each marketing channel, as well as measuring farmer's share on each channel. There are three marketing channels for shelled corn in Tamanjaya Village: Channel I: Farmers - Collecting Traders I - Feed Factories, Channel II: Farmers - Collecting Traders II - Wholesalers - Consumers, Channel III: Farmers - Collecting Traders II - Chicken Farmers. The marketing functions implemented include exchange functions such as buying and selling, which are carried out by all marketing institutions in every channel. Physical functions such as storage and transportation are also carried out by all marketing institutions, as well as the function of providing facilities including market information and financing. Marketing costs for Channel I are IDR 372, for Channel II IDR 717 and for Channel III IDR 321. Marketing profits on Channel I amounted to IDR 627, Channel II IDR 1,603, and Channel III IDR 1,179. Marketing margin on Channel I is IDR 1,000, Channel II IDR 3,500, and Channel III IDR 1,500. Farmer's share in Channel I is 75%, Channel II 50%, and Channel III 70%, with Channel I being the most efficient channel.

Keywords: Marketing channels, shelled corn, farmer's share.

.