

ABSTRAK

Industri pertanian merupakan sektor vital bagi kelangsungan pangan Indonesia. Hasil dari industri pertanian merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Hasil pertanian seperti beras, padi, gandum, dan singkong merupakan sumber karbohidrat paling dibutuhkan masyarakat Indonesia untuk dikonsumsi. Dari banyaknya tanaman pangan yang dikembangkan di industri pertanian, jagung merupakan salah satu produk pertanian yang cenderung mudah untuk dibudidayakan. Penelitian ini dilaksanakan di Madura Jawa Timur. Madura yang mayoritas lahan kering, cocok untuk budidaya jagung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analitis yang merupakan gabungan dari metode deskriptif dan metode analitis. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penentuan sampel menggunakan purposive sampling yang mana sampel yang digunakan ditentukan dengan sengaja. Sampel yang digunakan yaitu petani jagung yang masih aktif melakukan kegiatan pemasaran jagung. Penelitian ini menganalisa margin yang diperoleh petani dan saluran paling efisien yang digunakan oleh petani.

Kata Kunci: **Margin, Saluran Pemasaran, Pertanian, Jagung**

ABSTRACT

The agricultural industry is a vital sector for the sustainability of Indonesian food. The results of the agricultural industry are the staple food for the majority of Indonesian people. Agricultural products such as rice, paddy, wheat and cassava are the sources of carbohydrates most needed by Indonesian people for consumption. Of the many food crops developed in the agricultural industry, corn is one of the agricultural products that tends to be easy to cultivate. This research was carried out in Madura, East Java. Madura, which is mostly dry land, is suitable for corn cultivation. This research uses descriptive analytical research method which is a combination of descriptive methods and analytical methods. The approach used is a quantitative approach by determining the sample using purposive sampling in which the sample used is determined deliberately. The sample used is 30 corn farmers who are still actively conducting corn marketing activities. This study analyzes the margins obtained by farmers and the most efficient channels used by farmers.

Keywords: Margins, Marketing Channels, Agriculture, Corn