

ABSTRACT

Maize is a commodity that has high economic value and potential for promising economic growth. Every year maize production continues to increase in line with increased productivity. This research uses a qualitative approach. This research uses primary data and secondary data. The types of data in this research are qualitative data and quantitative data with observation and interview techniques. This research was conducted in Guluk-Guluk District of Sumenep Regency by purposive sampling, namely, Bragung Village and Payudan Nangger. Determination of the sample is done with two stages, namely the determination of the sample of farmers using random sampling method, namely, determined 25 farmers each village. Determination of sources for marketing institutions with snowball sampling. Five collectors and two wholesalers were obtained. Data analysis used pasoak chain analysis, farmer's share, marketing margin and marketing efficiency. The results of this study indicate that the supply chain conditions run efficiently and there are 3 marketing channels. Marketing channel 1 Farmers - consumers, channel 2 farmers - collectors - consumers, channel 3 farmers - wholesalers - consumers. Farmer's share of channel 1 share 100%, channel 2 share 80%, on the other hand, channel 3 share 79.03%. The marketing margin of channel 1 is Rp. 0/kg, in channel 2 Rp. 1,200/Kg and in channel 3 Rp. 1,300/Kg. While marketing efficiency in channel 1 with an efficiency value of 3.2%, in channel 2 with an efficiency value of 6% and channel 3 with an efficiency value of 6.61%, so it is known that marketing efficiency in the supply chain of corn commodities in Guluk-Guluk District Sumenep Regency runs efficiently.

Keywords: supply chain, marketing efficiency, corn

ABSTRAK

Jagung merupakan komoditas yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan berpotensi untuk pertumbuhan ekonomi menjanjikan. Setiap tahun produksi jagung terus meningkat sejalan dengan peningkatan produktivitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif dengan dengan teknik observasi dan wawancara. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep secara *purposive sampling* yaitu, Desa Bragung dan Payudan Nangger. Penentuan sampel dilakukan dengan dua tahap yaitu penentuan sampel petani menggunakan metode *snowball sampling* yaitu, ditentukan 25 petani setiap desa. Penentuan narasumber untuk lembaga pemasaran dengan *snowball sampling*. Diperoleh 5 pengepul dan 2 pedagang besar. Analisis data menggunakan menggunakan analisis rantai pasok, *farmer's share*, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi rantai pasok berjalan secara efisien dan terdapat 3 saluran pemasaran. Saluran pemasaran 1 Petani – konsumen, saluran 2 petani – pengepul – konsumen, saluran 3 petani – pedagang besar – konsumen. *Farmer's share* saluran 1 share 100%, saluran 2 share 80%, disisi lain, saluran 3 share 79,03%. Margin pemasaran saluran 1 adalah Rp. 0/kg, pada saluran 2 Rp. 1.200/Kg dan pada saluran 3 Rp. 1.300/Kg. Sedangkan efisiensi pemasaran pada saluran 1 dengan nilai efisiensi sebesar 3,2%, pada saluran 2 dengan nilai efisiensi sebesar 6% dan saluran 3 dengan nilai efisiensi sebesar 6,61%, sehingga diketahui bahwa efisiensi pemasaran dalam rantai pasok komoditas jagung di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep berjalan dengan efisien.

Kata kunci: *supply chain, efisensi pemasaran, jagung*